

Franz Willnauer

# Festspiele und Festivals in Deutschland

## » 1. Vorbemerkung

### Einige Klarstellungen vorab

Veranstaltungen, die sich „Festival“ nennen, gibt es wie Sand am Meer. So wie heute jedes bessere Dorf sich genötigt fühlt, seinen Tanzabenden den Namen Folklore-Festival zu geben, wie jedes Vier-Sterne-Hotel mit einem Gourmet-Festival prahlt, so inflationär ist auch der Gebrauch des Wortes im Kunst- und Medienbetrieb der Gegenwart geworden. Nicht nur die Zahl der großen, kleinen und kleinsten Festivals ist unüberschaubar geworden, auch die Zahl der werblichen, feuilletonistischen und mehr oder minder kritischen Auslassungen darüber. Dieser Beitrag versucht, in die Begriffsverwirrung des Phänomens Festival Klarheit zu bringen, und erlegt sich zu diesem Zweck einige unumgängliche Beschränkungen auf.

So werden die Begriffe Festspiel und Festival im Folgenden ausschließlich auf musikalische – sowohl konzertante wie musikdramatische – Darbietungen von „klassischer“ („E“-)Musik mit Festspielcharakter angewandt; reine Theater- oder Tanztheater-Festivals bleiben ebenso ausgespart wie Jazz-Festivals oder streng religiöse Festspielveranstaltungen. Umgekehrt darf die vorgegebene Beschränkung auf die deutsche Festspiellandschaft nicht allzu starr verstanden werden. Ohne Berücksichtigung der maßstabsetzenden Festspielgründungen in Salzburg, Aix-en-Provence oder Luzern kann die Erfolgsstory der Festspielgeschichte des 20. Jahrhunderts nicht geschrieben werden; es lag daher nahe, diese Betrachtung zumindest auch auf die deutschsprachigen Länder Österreich und Schweiz auszudehnen.

Tatsächlich ist die Entwicklung von einzelnen Festspielgründungen im 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts über die Welle von Neugründungen nach dem Zweiten Weltkrieg bis hin zum Festival als Massenprodukt des beginnenden 21. Jahrhunderts ein europäisches Phänomen, das zutreffend nur in einer europäischen Zusammenschau gewürdigt werden kann. Deshalb wird in den „historischen“ Abschnitten dieser Darstellung auch der eine oder andere Querverweis auf andere Länder Europas gegeben. Zur vertiefenden Information wird auf die (seit 1951 bestehende) Association Européenne des Festivals du Musique (AEFM), die heute European Festivals Association (EFA, [www.efa-aef.org](http://www.efa-aef.org)) heißt und ihren Sitz in Coppet bei Genf hat, verwiesen. Mit dieser Organisation, von Denis de Rougemont (1906-1985) gegründet, erhielt die Festivalbewegung einerseits ein effizientes Instrument zur gegenseitigen Vernetzung, andererseits ein symbolträchtiges Gütesiegel innerhalb des Prozesses der europäischen Einigung. Derzeit sind rund 90 individuelle Festivals zwischen Reykjavik und Jerusalem, Estoril und Istanbul in ihr vereinigt; darüber hinaus gehören ihr ein Dutzend „Kollektiv-Mitglieder“ wie die British Arts Festivals Association an.

>

## » 2. Festspiel und Festival

---

### Begriffsbestimmung und Abgrenzung

Eine verbindliche Definition der Begriffe Festspiel und Festival gibt es nicht. „Feiern und Feste sind kein Gegenstand der neutralen Wissenssoziologie, sondern der Mentalitäts- und Ideologie-Soziologie“, stellte der österreichische Musiktheoretiker und -schriftsteller Harald Kaufmann (1) schon 1970 fest. Demgemäß können die konstitutiven Merkmale des Festspielbegriffs nur durch Beschreibung der Eigenschaften und Vergleich mit konkurrierenden Erscheinungsformen gewonnen werden. Theoretische Untersuchungen oder systematische Darstellungen des Themas sind daher nicht sehr zahlreich und beschränken sich meist auf kulturhistorische oder soziologische Teilaspekte. Auch die gängigen Musiklexika bieten meist Definitionen an, die sich auf die pragmatische Beschreibung oder historische Darstellung des Phänomens beschränken.

So liefert das „Riemann Musiklexikon“ zum Stichwort folgende Beschreibung: „Festspiele, Musikfeste sind Veranstaltungen, die den Zweck haben, Aufführungen von besonderer Qualität oder solche mit für den Repertoirebetrieb nicht erreichbaren Besetzungen möglich zu machen. Auch durch die Wahl eines Festspielortes, der durch Tradition, durch Bauten und Säle oder durch ferienhafte Atmosphäre ausgezeichnet ist, werden Festspiele aus dem Rahmen des Alltäglichen herausgehoben“ (2). Für die spezielle Form des Musikfestes findet das „Neue Lexikon der Musik“ (3) von 1996 eine klare Definition. Dagegen definiert das „Reallexikon der Deutschen Literatur“, seinem Gegenstand gemäß ebenso speziell auf die literarische Vorlage von Festspielen abzielend, das Festspiel „als Form der Gelegenheitsdichtung, die sich zu einem festlichen Zeitpunkt einer Gesellschaft präsentiert und deren Ideale widerspiegelt. Zur einmaligen festlichen Gelegenheit kann die Wiederholung als Konstituens kommen“ (4).

In der letzten Ausgabe des vom Deutschen Musikrat herausgegebenen „Musik-Almanachs“ heißt es: „Allen Festivals und Festspielen ist gemein, dass sie – meist in der Sommerzeit – befristet zu einer zusätzlichen Attraktivität für Einwohner und Touristen eines oder mehrerer Bundesländer, von Regionen und Städten beitragen und damit ein echter Wirtschaftsfaktor geworden sind“ (Gerald Mertens (5)). Diese Aussage, der zu einer Definition alle inhaltlichen Kriterien fehlen, versammelt gleichwohl einige Bestimmungsstücke, die zur Beschreibung gemeinsamer Eigenschaften von Festspielen und Festivals geeignet sind: den außerhalb der „Spielzeit“ liegenden Zeitpunkt ihres Stattfindens; die befristete Dauer der Veranstaltung; den „Mehrwert“ gegenüber den obligatorischen, das ganze Jahr hindurch existierenden Kulturangeboten; nicht zuletzt den Hinweis auf ihre wirtschaftliche Bedeutung.

Speziell auf das Festival als Managementaufgabe geht das „Handbuch KulturManagement“ ein, das sich mehrfach mit der Thematik befasst hat, u.a. 1998 im Beitrag des Verfassers „Ausdruck unseres Zeitgeistes – Festivalkultur im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz“ (6). Deutschsprachige Literatur zum Thema „Festival als Wirtschaftskörper“ wird im Anhang genannt.

Jenseits des kleinsten gemeinsamen Nenners, wie ihn Gerald Mertens (s. Anm. 5) benannt hat, ist jedoch eine klare Differenzierung zwischen dem historisch verankerten Typus des Festspiels und dem erst in jüngerer Zeit entstandenen und daher eher als zeitgemäß empfundenen Phänomen des Festivals erforderlich. Daran kann auch die im heutigen Sprachgebrauch üblicherweise vorgenommene Gleichsetzung von Festspiel und Festival nichts ändern. Festspiele haben sich im 18. und 19. Jahrhundert aus höfischen Festen und den – von der gleichzeitig entstehenden bürgerlichen Gesellschaft als Instrumente der Emanzipation genutzten – historisierenden Jubiläumsfeiern und Musikfesten entwickelt. Festivals dagegen sind eine „Erfindung“ des 20. Jahrhunderts und werden ein kultureller Gebrauchsartikel des 21. Jahrhunderts sein.

Zu einem bestimmenden Faktor unseres Musiklebens sind Festspiele als Veranstaltungstypus erst nach dem Zweiten Weltkrieg geworden. Mit dem Eindringen und immer stärkeren Vordringen des Begriffs Festival wurde zugleich die Entwicklung von einer traditionell als kulturelle Höchstleistung verstandenen Kunstform zu einer vom Perfektionsideal unserer Industriegesellschaft bestimmten Organisationsform vollzogen. Festivals sind damit auch Ausdruck unseres Zeitgeistes: Ihr Event-Charakter, ihre zeitlich-räumliche Herausgehobenheit, ihre Vermarktungsstrategien „sensationeller“ Künstler oder Kunstleistungen, nicht zuletzt ihr medialer Stellenwert machen sie zur Kunstbetriebsform der Gegenwart und Zukunft.

Die wesentlichen Merkmale des neuen Typs Festival sind, positiv gesehen, professionelles Management, Durchlässigkeit der Gattungen (bis hin zum „cross over“) und ästhetische Toleranz; kritisch muss man diesem Befund freilich noch die Elemente hemmungslosen Starkults, starker Marktorientiertheit und restaurativer Kunstgesinnung hinzufügen. Wirtschaftliche Stabilisierung und künstlerische Stagnation gehen oft Hand in Hand. Und mit dem Erfolg kam auch das Kalkül. Sowohl die in neuen Glanz getauchten, guten „alten“ Festspiele als auch das stromlinienförmig geschnittene „neue“ Festival lernten schnell die Spielregeln des zusammenwachsenden Europa: totale Informationsvernetzung, unbeschränkter Warenaustausch und ‚political correctness‘. „Festivals“, schreibt Karin Peschel im Vorwort ihres Abschlussberichts über die ökonomischen Effekte des Schleswig-Holstein Musik Festivals, „werden zu einem Standbein des musikkulturellen Angebots, das die traditionelle Opern- und Konzertsaison ergänzt“ (7) – und immer öfter ersetzt, wie man die 1998 vorgelegte Studie inzwischen ergänzen muss.

### » 3. Ein Blick zurück – und voraus

---

#### Wurzeln und Traditionen

„Fest-Spiele“ im Sinn kultischer Feiern sind so alt wie die Menschheit selbst. Auch die antike griechische Tragödie, das erste Festspiel der europäischen Hochkulturen, ist aus religiösen Wurzeln, aus den Götteropfern und rituellen Beschwörungen übernatürlicher Mächte in vorklassischer Zeit entstanden. „Griechische Theateraufführungen waren kein beliebig wiederholbares Alltagserlebnis; sie fanden stets im Rahmen von Festspielen statt. Diese trugen, sehr im Unterschied zu denen unserer Tage, einen religiösen Charakter“, heißt es in Blumes „Einführung in das antike Theaterwesen“ (8).

Zu dieser religiösen Wurzel der Festspiel-Idee, die von den Mysterienspielen des Mittelalters über die „autos sacramentales“ des spanischen Barock bis zum Oberammergauer Passionsspiel (das seit 1634 nach einem im Pestjahr 1633 abgelegten Gelübde alle zehn Jahre von den Bewohnern aufgeführt wird) und zum Salzburger „Jedermann“ (1920) sich erstreckt, tritt, vor allem im Barockzeitalter und später in Klassik und Romantik, das Motiv der Verherrlichung weltlicher Macht oder künstlerischer Weltgeltung. Das belegen die Festumzüge, Tourniere, Jubiläums- und Hochzeitsfeierlichkeiten, die Prunkballette und Festopern, mit denen die europäischen Fürstenhöfe zwischen St. Petersburg und Wien, Dresden und Mailand sich gegenseitig zu übertrumpfen suchten; sie nutzten all diese festlichen Darbietungen nicht nur als repräsentativen Ausdruck des herrschenden Lebensgefühls, sondern auch als bewusstes Mittel zur Demonstration politischer Macht. Das thüringische Rudolstadt darf den Ruhm für sich in Anspruch nehmen, Ort der ersten Schlossfestspiele Deutschlands zu sein: am Hof der Heidecksburg fanden bereits 1665 erstmals Festspiele im eigentlichen Wortsinn statt.

Auch das aufkommende Bürgertum bedient sich der Möglichkeiten künstlerisch-kultureller Repräsentation, um seinen zunehmenden gesellschaftlichen Einfluss weithin sichtbar zu demonstrieren. Diverse Jubiläumsfeste des 18. und 19. Jahrhunderts, mit großem Pomp und breiter Öffentlichkeitswirkung gefeiert, dienten als Instrumente der bürgerlichen Teilhabe an der herrschenden Kultur und sind darum auch in diesem „politi-

schen“ Verständnis Vorformen unserer heutigen Festspiele. Zugleich drückt sich darin die mit dem konservativen Charakter des Bürgertums korrespondierende Rückbesinnung auf historische „Größe“ aus, die man in den „großen Geistern“ und bedeutendsten Künstlern vergangener Jahrhunderte verkörpert sah.

Dafür seien vier herausragende Beispiele genannt: das gewaltige Musikfest in der Westminster Abbey, das die Londoner „Musikgesellschaft“ 1784 (also ein Jahr zu früh) zur Feier des 100. Geburtstages von Georg Friedrich Händel abhielt; die 1845 von Franz Liszt zu Ehren des größten Sohnes der Stadt Bonn gegründeten Beethovenfeste; das 1856 zum 100. Geburtstag Mozarts in Salzburg ins Leben gerufene Mozartfest, und schließlich die Gründung der zur authentischen und künstlerisch kompromisslosen Darbietung seiner Musikdramen bestimmten, also eigentlich als Instrument der Selbstverherrlichung geschaffenen Bayreuther Festspiele durch Richard Wagner 1876, nachdem er zuvor mit dem Bayreuther Festspielhaus den dafür optimalen Bühnenraum geschaffen hatte (9).

Etwa zeitgleich mit Wagners Festspiel-Idee entwickelte der Herzog von Meiningen als sein eigener Theaterdirektor das Prinzip von „Modellaufführungen“ klassischer Schauspiele, vornehmlich der Dramen Shakespeares, das er durch Gastspiele in ganz Europa bekannt machte. Nicht weniger Vorbildwirkung auf den Festspielgedanken im heutigen Sinn hatte der Perfektionsstandard der Meininger Hofkapelle, die durch das Wirken des berühmten Dirigenten Hans von Bülow vor allem mit ihren Konzertreisen zu internationalem Ansehen gelangte.

Lange Zeit hindurch haben die Bayreuther Festspiele als das einzige Festspiel im modernen Sinn gegolten. Vorbereitet war Wagners Festspielgedanke auf deutschem Boden lediglich durch Karl Immermanns „Muster-aufführungen“ (Düsseldorf 1832-1837) und, auf dem Gebiet der Musik, durch die Niederrheinischen Musikfeste, die ab 1817 alljährlich zu Pfingsten in mehreren rheinischen Städten abgehalten und von den ab 1859 stattfindenden Musikfesten des Allgemeinen Deutschen Musikvereins ergänzt wurden.

In der ambitionierten Absichtserklärung des Gründers der Niederrheinischen Musikfeste August Friedrich Burgmüller (1766-1824) – „einige jener klassischen Werke aufzuführen, welche nur durch ein stark besetztes Orchester würdig vorgetragen werden können“ (10) – drückt sich schon jene festspielähnliche Programmatik des Unternehmens aus, die dann durch drei prominente Musikdirektoren der Stadt Düsseldorf (Felix Mendelssohn 1833-1835, Ferdinand Hiller 1847-1850, Robert Schumann 1850-1853) zu schönster Wirklichkeit reifte. Ihren überragenden künstlerischen Rang behielten diese bis 1922 jährlich abgehaltenen Musikfeste auch weiterhin durch Dirigenten wie Louis Spohr, Franz Liszt, Johannes Brahms, Gustav Mahler und Richard Strauss.

Ihnen programmatisch und künstlerisch verbunden waren die „Tonkünstler-Versammlungen“ des Allgemeinen Deutschen Musikvereins, der seiner Funktion, die Aufführung von „bemerkenswerten neuen und selten gehörten bedeutenden älteren Komponisten“ zu bewerkstelligen, von seiner Gründung 1859 bis zu seiner Auflösung 1937 erfolgreich gerecht werden konnte. Wenn sich also die Niederrheinischen Musikfeste vor allem um die Verbreitung der „klassischen“ Musik, vor allem des symphonischen Werks von Beethoven und seiner Rezeption durch die „Romantiker“, verdient gemacht haben, so waren es die durch alle Großstädte Deutschlands „wandernden“ Musikfeste des Allgemeinen Deutschen Musikvereins, denen die Durchsetzung der „modernen“ Musik – Strauss, Mahler, Reger usw. – zu verdanken ist. Beide haben dem Festspielgedanken des 20. Jahrhunderts den Boden bereitet.

.....  
**Die Festspielgründungen des 20. Jahrhunderts**

Insgesamt kennt die europäische Festspielgeschichte der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs nur relativ wenige Festspielgründungen (s. Tabelle 1). Auch wenn München (1901), Straßburg (1905), das finnische Savonlinna (1912) und die Arena von Verona (1913) einen zeitlichen Vorsprung haben, so sind doch die Salzburger Festspiele, von Max Reinhardt, Hugo von Hofmannsthal und Richard Strauss 1920 ins Leben gerufen, die wichtigste, als Modell geltende Festspielgründung am Beginn dieses Jahrhunderts geworden.

Tabelle 1

» Festspielgründungen 1900 bis 1938\*

International	
1905	Straßburg
1912	Savonlinna
1913	Verona
1920	Salzburger Festspiele
1926	Varna
1932	Straßburg <sup>1</sup>
1933	Florenz
1934	Glyndebourne
1936	Züricher Junifestwochen
1938	Luzern

in Deutschland	
1901	München, Opernfestspiele
1908	Leipzig, Bachfeste
1920	Düsseldorf, Schumannfeste
1920	Göttingen, Händelfestspiele
1921	Würzburg, Mozartfeste
1921	Donaueschingen
1921	Breslau
1926	Heidelberg, Schlossfestspiele
1928	Wiesbaden, Maifestspiele
1929	Augsburg, Festspiele am Roten Tor
1931	Bonn, Beethovenfeste
1932	Ludwigsburger Schlossfestspiele
1933	Kasseler Musiktage
1934	Heidelberg, Reichsfestspiele
1935	Dresdner Musiksommer
1938	Frankfurt, Römerberg-Festspiele

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

<sup>1</sup> Neugründung.

Quelle: *Zusammengestellt für den Deutschen Musikrat von Franz Willnauer.* Stand: 31.12.2004

Mozart-Feste hatte es in der Geburtsstadt des Komponisten schon seit der Enthüllung des Mozart-Denkmal von Ludwig Schwanthaler 1842 mehrfach gegeben, zuletzt zu seinem 150. Geburtstag 1906 unter Mitwirkung Gustav Mahlers. Doch ebenso sehr wie die exemplarische Pflege des Mozart'schen Werkes gehörte die Erschließung der natürlichen Gegebenheiten – „die ganze Stadt ist Szene“ – für theatralische Darbietungen der bedeutendsten Schöpfungen abendländischer Kunst (Schauspiel wie Musiktheater) zu den Zielen der Festspielgründer. Damit war auch die Abgrenzung gegen die Richard Wagner-Festspiele gegeben: „Bayreuth dient einem großen Künstler; Salzburg will dem klassischen Besitz der ganzen Welt dienen“ (Hofmannsthal) (11).

Dazu kam, zwei Jahre nach dem verlorenen Krieg und dem Untergang der völkerumspannenden k. und k. Monarchie, die fundamentale humanitäre Idee eines „Friedenswerkes“: „Nach dem Ersten Weltkrieg erwuchs aus dem unerschütterlichen kulturellen Sendungsbewusstsein eines – wenn auch klein gewordenen – Österreich der Gedanke eines Festes, das, von Alltag und Realität abgehoben, Menschen über alle Grenzen hinweg im Zeichen der Kunst zusammenführen sollte“ (12). Die Salzburger Festspiele wurden ganz bewusst in kulturpolitisch-„kompensatorischer“ Absicht ins Leben gerufen: um Österreich, mit Salzburg als Schnittpunkt, mit den darstellenden Künsten – Oper und Schauspiel – als Vehikel, zum kulturellen Bedeutungsträger mit europaweiter Ausstrahlung zu machen und so einen „Ersatz“ für die im Ersten Weltkrieg verloren gegangene politische Großmacht zu schaffen.

Ab 1930 sind andere politische Implikationen bei Gründung von Festspielen offensichtlich: Wird der 1932 ganz bewusst in der Renaissancestadt Florenz gegründete Maggio Musicale Fiorentino zum kulturpolitischen Vorzeigeobjekt des 1922 an die Macht gekommenen Diktators Mussolini, so ist umgekehrt die Entstehung der Festspiele von Glyndebourne (1934) und Luzern (1938) eindeutig als Reaktion auf Hitlers Machtergreifung in Deutschland 1933 und auf die Vertreibung jüdischer Künstler aus dem 1938 annektierten Österreich zu verstehen.

Das nationalsozialistische Regime seinerseits erkannte sehr rasch die Bedeutung von Festspielen als Mittel der Massenbeeinflussung und „völkischen“ Propaganda. So wurden traditionelle Festspiele wie die Schlossfestspiele Heidelberg zu „Reichsfestspielen“ (1934 bis 1939) umfunktioniert, die die Stadt zu einer ebenbürtigen Konkurrentin Salzburgs machen sollten, und an symbolhaften Orten weitere neue Festspiele gegründet (z.B. Römerberg-Festspiele in Frankfurt am Main). „Festspiele als Thingfestspiele wie in Thale, als Freilichtspiele oder Stadionsspiele schossen gleichsam aus dem Boden. Zwischen 1932 und 1939 wuchsen derartige Spielstätten von 40 auf über 200 an. Jährlich besuchten mehrere Millionen Menschen Festspiele, die zunehmend regional Schollen- und Heimatspiele oder Reichsspiele genannt wurden. Gespielt wurde auf Bergruinen, Marktplätzen, an Berghängen, Schlachtfeldern und Heldengedenkstätten, um die Beziehung zu einer heroischen Vergangenheit zu unterstreichen“ (13).

Nach dem Zweiten Weltkrieg hat sich der zunächst von den Modellen Bayreuth und Salzburg abgeleitete Festspielgedanke rasch zu einem bestimmenden Faktor unseres Musiklebens entwickelt. Mit atemberaubender Schnelligkeit und in großer Dichte wurde Mitteleuropa von neuen Festspielen (14) überzogen, die sich unabhängig und zusätzlich zu dem langsam wieder in Gang kommenden, die Folgen des Krieges allmählich überwindenden traditionellen Theater- und Musikleben unserer Städte etablierten (s. Tabelle 2). Exemplarisch für die besonderen Verhältnisse der Nachkriegszeit steht die Gründung der Ruhrfestspiele Recklinghausen, die sich dem Prinzip „Kunst gegen Kohle“ verdanken: Im harten Winter 1946/47 fuhren Hamburger Theaterleute ins Ruhrgebiet, um Kohlen für die Aufrechterhaltung des Spielbetriebs an ihren Häusern zu erbitten. Bergleute einer Schachanlage in Recklinghausen-Suderwich verhalfen den Künstlern unter persönlichem Risiko, an der englischen Besatzungsmacht vorbei, zur Kohle. Die Hamburger Theater bedankten sich im Sommer 1947 mit einem Gastspiel, das bald zur ständigen Einrichtung wurde und die Errichtung eines Festspielhauses nötig machte.

Tabelle 2

» Festspielgründungen international 1945 bis 1968\*

1945	Cheltenham	1951	Wiener Festwochen
1946	Bregenzer Festspiele	1951	Granada
1946	Montreux	1952	Bergen
1946	Schaffhausen, Internationale Bachfeste	1952	Europäische Wochen Passau
1946	Prager Frühling	1952	Schwetzingen Festspiele
1946	Recklinghausen, Ruhrfestspiele	1952	Nürnberger Orgelwoche
1946	Hitzacker, Sommerliche Musiktage	1952	Santander
1947	Holland Festival	1952	Ljubljana
1947	Edinburgh Festival	1953	Wiltz, Festival de Luxembourg
1947	London Music Festival	1953	Münchner Opernfestspiele <sup>1</sup>
1948	Ansbacher Bachwoche	1955	Athen
1948	Aix-en-Provence	1956	Menuhin Festival Gstaad
1948	Aldeburgh Festival	1957	Warschauer Herbst
1948	Besançon	1957	Lissabon, Gulbenkian Festival
1948	Bath	1957	Spoletto, Festival dei Due Mondi
1949	Dubrovnik	1957	Flandern Festival
1949	Venedig, La Biennale die Venezia	1958	Osaka
1950	Berliner Festwochen	1958	Cuenca
1950	Wiesbadener Maifestspiele <sup>1</sup>	1961	Jerusalem, Israel Festival
1950	Bad Hersfelder Festspiele	1961	Zagreb, Musicki Biennale
1950	Prades	1962	Stresa
1950	Donaueschingen <sup>1</sup>	1963	Barcelona
1951	Bayreuther Festspiele („Neubayreuth“)	1968	Helsinki
1951	Festival junger Künstler Bayreuth	1968	Graz, Steirischer Herbst
1951	Eutiner Festspiele		

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

<sup>1</sup> Neugründung.

Quelle: *Zusammengestellt für den Deutschen Musikrat von Franz Willnauer.*

Stand: 31.12.2004

Der Wunsch, die Wunden des Krieges, mit dem Hitler ganz Europa überzogen hatte, mit dem Heilmittel der Kunst zu schließen, der Wille, dem in Feindbildern erstarrten nationalstaatlichen Denken die Kräfte demokratischer Erneuerung und vorurteilsloser Öffnung entgegenzusetzen, und schließlich die Hoffnung, durch internationalen Austausch von künstlerischen Spitzenleistungen das kulturelle Gefälle zwischen Sieger- und Verlierermächten auszugleichen und die Basis für ein dauerhaftes friedliches Nebeneinander zu gewinnen: das waren ursprünglich die Antriebskräfte für die rasch und flächenbrandartig um sich greifenden Neugründungen von Festspielen in ganz Europa. So vollzog sich ein einzigartiger Gründungs„boom“, der erst rund 25 Jahre später, etwa 1970, sein Ende fand. Charakteristisch für diesen Abschnitt der Festspielgeschichte ist die Tatsache, dass es vor allem Großstädte und internationale Kultur- und Tourismuszentren (London, Wien, Paris, Berlin) waren, die sich, sozusagen als „Sahnehäubchen“ auf ihrem florierenden Kulturbetrieb, solche Festspiele leisteten. Auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten sahen ihren Programmauftrag zunehmend in der Rolle als Träger von Festivals: Schon 1952 gründete der Süddeutsche Rundfunk die Schwetzingen Festspiele, der Westdeutsche Rundfunk engagierte sich in seiner traditionellen Position als Förderer der zeitgenössischen



Musik (Wittener Tage für neue Kammermusik ab 1969), aber auch im konträren Musiksegment der Alten Musik (Tage Alter Musik Herne ab 1976), der Bayerische Rundfunk zog 1990 nach mit der Partnerschaft mit dem Automobilhersteller AUDI bei der Gründung der „Sommerkonzerte zwischen Donau und Altmühl“. Der ORF wurde 1979 Träger der „Ars Electronica“ in Linz.

Parallel zu dieser rapiden Ausbreitung von Festivals ging jedoch, vornehmlich auf dem Musiksektor, eine typologische Veränderung vor sich, die sowohl den inneren Organismus als auch die äußere Wirkungsweise dieser Veranstaltungsform erfasste: der schon erwähnte Wandel von den traditionell sich als Kunst- und Kulturleistung verstehenden Festspielen zu den als integrierte Wirtschafts- und Kunst„betriebe“ in Erscheinung tretenden Festivals. Wie tief greifend der Strukturwandel war, den ökonomische Prinzipien und Methoden – Effizienz, Rentabilität, Synergieeffekte usw. – herbeigeführt haben, wird allein schon aus dem Sprachenwechsel zum englischen Wort „Festival“ deutlich. Da war es nur folgerichtig, dass man diese bisher im Kulturleben nicht beobachtete, wie eine Seuche sich ausbreitende Entwicklung als „Festivalitis“ bezeichnet hat.

Eigentlich war die Erfolgsstory der nunmehr zu einer veritablen Kulturbetriebsform gewordenen Festspiele und Festivals im deutschsprachigen Raum am Ausgang der 1960er-Jahre zu Ende. Die auffällige Zurückhaltung bei Neugründungen zwischen 1970 und 1990 ist zweifellos als eine Folge der Achtundsechziger-Bewegung zu interpretieren, die ja mehr als nur die Fundamente unseres Kulturverständnisses und unseres Kunstkonsums nachhaltig verändert hat; wahrscheinlich hat aber auch die künstlerische Stagnation, die von der internationalen Kritik in jenen Jahrzehnten gerade an den herausragenden Vertretern der Festspielbranche (Salzburg, Bayreuth, Berlin, aber auch Donaueschingen) immer wieder beklagt worden ist, letztlich in dieser Polit- und Protestbewegung ihre Ursachen.

In den zwei Jahrzehnten zwischen 1970 und der politischen Wende nach dem Ende des kommunistischen Regimes in Russland und den Ostblockländern ging es in der europäischen Festivallandschaft jedenfalls recht ruhig zu. In den westlichen Industrieländern bauten die diversen Festspiele und Festivals im Zeichen der allgemeinen wirtschaftlichen Prosperität ihre Positionen aus. Im Osten – wo ein Jahr nach dem Ungarn-Aufstand von 1956 nur der Warschauer Herbst als ein Ventil für die sich ankündigenden Bestrebungen nach geistiger Unabhängigkeit eingerichtet worden war – trachtete man erst mit einiger Verspätung, über Veranstaltungen von hoher kulturpolitischer Repräsentanz, denen man den Charakter (und Titel) von Festivals gab, hinsichtlich der internationalen Aufmerksamkeit, der touristischen Attraktion und der künstlerischen Bedeutung an die Entwicklungen in der freien Welt den Anschluss zu gewinnen. So erklären sich die Neugründungen der Musikfestivals im damaligen Jugoslawien (Musicki Biennale Zagreb 1961), in der damaligen CSSR (Bratislava 1965; Brno 1966), in Polen (Wroclaw 1966), Bulgarien (Sofia 1969), in der damaligen DDR (Dresdner Musikfestspiele 1978) und in Ungarn (Budapester Frühlingfestival 1981). Das in Krakau (inzwischen Warschau) beheimatete Beethoven-Osterfestival ist eine Gründung der Nach-Wende-Zeit (1997), ins Leben gerufen von Krzysztof Penderecki und geleitet von seiner Frau Elzbieta.

Dem stehen nur relativ wenige Festivaldebüts im Westen gegenüber, so in Deutschland 1975 und 1981 die Neugründungen der Schlossfestspiele Heidelberg und des Schumannfestes Düsseldorf und 1977 die Gründung der Herbstlichen Musiktage Bad Urach, in Südtirol 1981 die Einrichtung der Gustav Mahler-Musikwoche Toblach (Dobbiacco), in der Schweiz die Gründung des Davos Festivals (1986) und, als Nachzügler, des Klassik-Festivals Verbier (1994), schließlich in Österreich die Gründung von gleich drei neuen Festivals: der Tage der Alten Musik in Innsbruck (1976), des Attergauer Kultursommers (1981) und der Styriarte in Graz (1985). Auffällig an der Festspielentwicklung zwischen 1970 und 1990 ist, dass sich die meisten neuen Festivals auf kleinere Orte fokussieren, die überdies durch landschaftliche Lage, lokale Traditionen oder historische Bezüge zu schöpferischen Persönlichkeiten hervorgehoben sind. Hier scheint sich die Übernahme einer strategischen Überlegung des Wirtschaftslebens – das Marketing-Prinzip des „unique selling point“ – anzukündigen.



.....  
**Die Festivallandschaft des 21. Jahrhunderts**

Seit der großen politischen Wende zu Beginn der Neunzigerjahre des 20. Jahrhunderts erleben wir staunend eine neue Gründungswelle von Festivals, die inzwischen zu einer internationalen Festivallandschaft von zuvor nicht gekannter Dichte geführt hat. Den Anfang hat Justus Frantz gemacht, als er 1986 das Schleswig-Holstein Musik Festival (SHMF) gegründet hat. Er hat damit gleichzeitig den neuen Typus eines flächendeckenden, zielgruppenorientierten, sponsorbegleiteten Festivals geschaffen, neue Besucherschichten für die klassische Musik gewonnen und unter dem Motto „Klassik auf dem Lande“ eine Marktlücke entdeckt. Gewiss knüpft das SHMF an Modelle und Vorbilder wie das seit 1957 bestehende Flandern-Festival oder das schon historische Festival Svjatoslav Richters in der Scheune von Melay an. Es ist heute aber keine Frage mehr, dass es selbst ein „Modell“ für Festivalneugründungen in den alten wie (seit 1990) in den neuen Bundesländern geworden ist.

Tabelle 3

» Festspielgründungen in Deutschland seit 1985\*

1985	Koblenzer Mendelssohn-Tage	1993	Kurt Weill Fest Dessau**
1986	Schleswig-Holstein Musik Festival	1993	Bach-Fest Köthen**
1986	Bad Kissinger Musiksommer	1993	MDR-Musiksommer Sachsen/Thüringen**
1988	Rheingau Musik-Festival	1994	Musik-Triennale Köln
1989	Klavier-Festival Ruhr	1994	Usedomer Musikfestival**
1989	Bodenseefestival	1994	Dresdner Musikfestspiele**
1989	Richard Strauss-Tage Garmisch-Partenkirchen	1994	Erfurter Domstufen Festspiele**
1990	Braunschweiger Kammermusik-Podium	1995	Festival der Nationen Bad Wörishofen
1990	Schreyahner Herbst	1996	Lausitzer Musiksommer**
1990	Sommerkonzerte zwischen Donau und Altmühl	1997	Oldenburger Promenade
1990	Musikfest Bremen	1998	Kammermusikfest „Spannungen“ Heimbach/Eifel
1990	Festspiele Mecklenburg-Vorpommern**	1998	Internationale Festspiele Baden-Baden
1991	Festivalsommer (Kammeroper) Schloss Rheinsberg**	1999	Internationale Beethovenfeste Bonn <sup>1</sup>
1991	Brandenburgische Sommerkonzerte**	1999	Musikfest Weimar**
1991	Musikfestspiele Potsdam-Sanssouci**	2000	Europäischer Musiksommer Berlin
1991	Telemann-Tage Köthen**	2002	Europäisches Musikfest Europamusicale
1992	Festival Mitte Europa Bayern/Böhmen/Sachsen**	2002	RuhrTriennale
1992	Rossini-Festival Putbus** (seit 1998: Putbus Festival)	2002	KlangZeitFestival Münster/Westfalen
1992	Orff in Andechs	2005	Altenberger Kultursommer

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

\*\* Festivalort in den „neuen“ Bundesländern.

<sup>1</sup> Neugründung.

Quelle: *Zusammengestellt für den Deutschen Musikrat von Franz Willnauer.*

Stand: 31.12.2004

Mit der in Tabelle 3 gegebenen Übersicht ist die Zahl der in den letzten zwanzig Jahren neu entstandenen Festivals aber keineswegs erschöpft. Immer stärker setzt sich die Tendenz zur Vermarktung lokaler „Größen“ oder regionaler Besonderheiten in Form von größeren und kleineren Veranstaltungsreihen durch, denen man den Namen Festival gibt. Das gilt für Ost und West in gleicher Weise; als Beispiele aus den neuen Bundesländern

seien „Namens-Festivals“ wie das Kurt Weill-Fest in Dessau, die Eisenacher Telemann-Tage oder das Bach-Fest in Köthen und „Spezialitäten-Festivals“ wie die Erfurter Domstufen Festspiele, das Festival der Kammeroper Schloss Rheinsberg oder die Brandenburgischen Sommerkonzerte genannt.

Die Zahlen zur Festivalkultur in den Ausgaben des Musik-Almanachs seit 1993 verdeutlichen diese Entwicklung in eindrucksvoller Weise. Wurden 1993/94 noch 136 regelmäßige Veranstaltungsreihen in die Publikation aufgenommen, waren es 1999/2000 bereits 203. Die aktuelle Ausgabe (2003/04) führt über 270 Festivals auf – Tendenz steigend. Wie man allein aus der o. g. Aufzählung schließen kann, hat offensichtlich v. a. in den neuen Bundesländern ein „Nachholbedarf“ an Festivals bestanden. Neben der Verwertung thematisch-lokaler Bezüge, die sich in den kultur- und geschichtsträchtigen Ländern Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen oder an einem Ort wie Potsdam Sanssouci als Festivalmotiv in der Tat geradezu aufdrängen, scheint hier sicherlich auch das Bestreben, mit Hilfe der neuen Errungenschaften des Marketings auch auf dem Kultursektor marktwirtschaftliche Erfolge zu erringen, das auslösende Motiv gewesen zu sein. Für die Gründung des Weimarer Kunstfestes bot das Goethe-Jahr 1999 und die damit verbundene Ernennung Weimars zur europäischen „Kulturhauptstadt“ den willkommenen Anlass.

Dem stehen freilich im Westen der Republik kaum weniger Festival-Neugründungen aus vergleichbarer Motivation gegenüber. So wurde 1989 vom Initiativkreis Ruhrgebiet das Klavier-Festival Ruhr nach Art des Schleswig-Holstein Musik Festivals „erfunden“, so fand – Beispiel für ein erfolgreiches „Namens-Festival“ – erstmals 1992 eine Veranstaltung „Orff in Andechs“ als „Wochenende mit Musik“ des auf dem „Heiligen Berg“ bestatteten Komponisten statt, die inzwischen alljährlich großen Zulauf hat, so wurde zwischen 1995 und 1998 in Bonn dreimal ein Beethoven-Marathon durchgeführt als Ausgleich für die aus Finanznöten eingestellten Bonner Beethovenfeste, die ab 1999 in Form eines nunmehr alljährlich veranstalteten Festivals mit internationalem Anspruch wieder in die Festivallandschaft eingetreten sind.

Auch das Prinzip der Marktnischeneroberung wird erfolgreich auf die Kunstbetriebsform „Festival“ angewendet. Das gilt verständlicherweise besonders für die von Minoritäten in Anspruch genommenen Marktsegmente des Kulturlebens, z. B. für das Kammermusikfest, das der Pianist Lars Vogt unter dem Titel „Spannungen“ in einem stillgelegten Kraftwerk in Heimbach am Rand der Eifel veranstaltet, das gilt im besonderen aber auch für die der „alten“ oder der kompromisslos zeitgenössischen Musik gewidmeten Festivals. Beispiele sind einerseits die 1974 aus der Sammlung historischer Tasteninstrumente Fritz Neumeyers entstandenen Schlosskonzerte Bad Krozingen oder die 1976 gegründeten „Tage Alter Musik“ in Herne, andererseits die schon genannte „Ars Electronica“ in der oberösterreichischen Landeshauptstadt Linz (1979), das seit 1988 bestehende Festival „Wien Modern“ oder der 1990 gegründete Schreyahner Herbst. Seit 1994 setzt die Kölner „Triennale“ im Dreijahreszyklus einen starken neuen Festivalakzent auf diesem Gebiet und strahlt damit weit über das Rheinland aus. Sie ist gleichzeitig zum „Marktführer“, wenn man so sagen kann, und Vorbild für etliche weitere derartige Festivals geworden, deren jüngstes 2002 von der Gesellschaft für Neue Musik in Münster/Westfalen ins Leben gerufen wurde.

Demgegenüber ist die Zahl neuer repräsentativer Großfestivals, wie sie die Gründungsphase nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs bestimmten, (übrigens nicht nur in Deutschland) relativ gering. Seit 1998 erobern sich die Internationalen Festspiele Baden-Baden, die mit der Errichtung eines überdimensionierten Festspielhauses für ein hochambitioniertes, ganzjähriges Musikereignis in der badischen Kurstadt nach misslungenem Start wochenlang die Schlagzeilen der Presse beherrscht haben, konsequent einen Platz an der Sonne. Im gleichen Jahr 1998 trat das Internationale Donaufest Ulm/Neu-Ulm „mit dem Anspruch“ an die Öffentlichkeit, „die Besonderheit der Stadtregion zu betonen, Identität zu stiften und als Marketing-Impuls überregionale Beachtung zu erzeugen sowie neue kulturelle Akzente zu setzen“ (15).

Der neuerliche Anstieg von Festivalgründungen im vereinigten Deutschland nach der Wende ist höchst ungewöhnlich, wenn man die lange Ebbe in den Kassen der öffentlichen Hand, die Sparwelle bei Ländern und Kommunen bedenkt, die allseitigen Klagen über den Rückzug der Sponsoren aus der Kulturförderung hört und die immer wiederkehrenden Diskussionen um Orchesterfusionen und Theaterschließungen verfolgt. Was veranlasst Kommunen, Gesellschaften, private Trägervereine und unbelehrbar optimistische „Einzeltäter“ dazu, sich in den dicht gedrängten Festspielmarkt zu begeben? Anders als nach 1945 muss eine solche Entscheidung weniger als Zeichen des Überlebenswillens und Ausdruck der Neubesinnung auf geistige Kräfte verstanden werden, sondern viel eher als Ausdruck klarer wirtschaftlicher Interessen. Das Schlagwort von der Kultur als weichem Standortfaktor einer Region und das Kalkül vom Wirtschaftsnutzen, der sich über die so genannte Umwegrentabilität einstellt, haben sich offensichtlich des Festspielgedankens als Musterbeispiel unserer modernen Ereigniskultur bemächtigt.

Nicht nur unter diesem Vorzeichen muss man die weitere Entwicklung der Kunstbetriebsform Festival im 21. Jahrhundert betrachten. Vielmehr werden äußere, nicht kunst-immanente Faktoren eine entscheidende Rolle spielen: die friedliche Weiterentwicklung des geeinten Europa, die Stabilisierung der Wirtschaft mit langfristig positiven Effekten für Unternehmensgewinne, Beschäftigung und Kaufkraft, schließlich der Stellenwert, den die Politik der Kunst insgesamt einräumen wird. Ebenso werden demographische Entwicklungen – Überalterung der Gesellschaft, Rückgang der Geburtenzahl, Entvölkerung der Städte – wie das gesamte Kulturleben so auch die Aufrechterhaltung und weitere Ausbreitung von Festspielen und Festivals beeinflussen. Von den Festivalbetreibern selbst darf man erwarten, dass sie in der Förderung des Nachwuchses, in der Sicherung der künstlerischen Qualität und in der Stärkung von Innovation ihre vordringliche Aufgabe sehen werden. „Die größte Sorge betrifft erwartungsgemäß die Finanzierung. Hier ruhen Hoffnungen vor allem auf dem Sponsoring, ein bei vielen Festivals offenbar noch ausbaufähiges Finanzierungsinstrument“ (16).

Zu fragen ist jedoch auch nach der künstlerischen Sinnhaftigkeit des zum Massenphänomen gewordenen Veranstaltungstypus Festival. Die Idee des Außergewöhnlichen, die konstitutiv mit dem Begriff Festspiel verbunden war, hat sich in einen alltäglichen Gebrauchsartikel verkehrt, ist untergegangen im Strudel eines global sich ausbreitenden Musikmarktes. Machen Musikfestivals noch einen Sinn? Hat die Idee des „Fest-Spiels“, genährt aus kultischen Wurzeln und religiösen Traditionen, in drei Jahrhunderten entwickelt zur „schönsten“, beliebtesten und teuersten Institution der bürgerlichen Kultur – auch heute noch legitimiert und gekrönt durch unvergleichliche Kunstleistungen allerorten – im 21. Jahrhundert noch eine Chance? Es wird auf die Kriterien ankommen, die wir an den Begriff Festival anlegen.

#### » 4. Versuch einer Festival-Typologie

##### Kriterien für Festspiele

Was macht eine Operaufführung oder ein Konzert „festspielreif“, einen Künstler zum „Festival-Star“? Die Frage lässt sich streng wissenschaftlich wohl nicht beantworten, sie verführt entweder zur nichts sagenden Plattitüde oder zu kunstphilosophischem Feuilletonismus. Ernsthafte Bemühungen, dem Phänomen mit ästhetischen Kriterien beizukommen, haben im deutschsprachigen Raum trotz Adorno und Dahlhaus kaum stattgefunden. Selbst soziologische Felduntersuchungen wie die verdienstvollerweise vom Kultusministerium in Hannover in Auftrag gegebene, auf Befragungen und statistischen Auswertungen beruhende Erhebung „Musikfestivals in Niedersachsen“ (17), die sich auf die allgemein gehaltenen Kriterien der EFA (18) stützt, sind Einzelfälle geblieben. Die nachfolgenden Überlegungen gehen zurück auf den Beitrag des Verfassers im o. g. „Handbuch KulturManagement“ (19). Vier Kriterien sind es, aus denen sich die Wertbeständigkeit und (inzwischen wohl auch) die Existenzberechtigung von Festspielen und Festivals ableiten lässt:

- > die Herausgehobenheit des Angebots,
- > die Musterhaftigkeit des Gebotenen,
- > die spezifische Eigenart der Darbietung und
- > die eigenständige Prägung durch Idee und/oder Aura.

Die Herausgehobenheit des Angebots manifestiert sich in Besonderheiten der Organisation wie des Betriebs, der künstlerischen Produktion wie der gesellschaftlichen Rezeption. Sie meint also nicht nur die Präsentation des Programms im umfassenden Sinn, sondern zielt im besonderen auf die künstlerischen Inhalte. Sie ist für das Publikum die wesentliche Attraktion eines Festivals, für den Festspiel„macher“ das eigentliche Betätigungsfeld. Für ihn stellt darüber hinaus die „Musterhaftigkeit des Gebotenen“ Antrieb und zugleich Herausforderung für professionelles Handeln dar. Gerade an diesen beiden Kriterien wird der Unterschied zum „normalen“ Konzert- und Opernbetrieb deutlich.

„Herausgehoben“ gegenüber den ganzjährig betriebenen Opern- und Konzerthäusern ist ein Festival in dreifacher Hinsicht: organisatorisch, gesellschaftlich und künstlerisch.

Die organisatorischen Besonderheiten sind u. a.: ein bestimmter und regelmäßig wiederkehrender Zeitraum; ein besonderer Ort; der Verzicht auf feste Strukturen (bestehendes Ensemble, vorgegebene Abonnements, übliche Vertriebsformen usw.) zugunsten projekt- oder produktionsbezogener Teams und Organisationsformen; kurzfristige Beschäftigungsverhältnisse für künstlerisches, technisches und evtl. administratives Personal unter besonderen Arbeitsbedingungen und mit entsprechend höheren Vergütungen; nicht zuletzt dadurch höhere Eintrittspreise gegenüber den ganzjährig arbeitenden Einrichtungen.

Die gesellschaftliche Exponiertheit äußert sich im „Ereignis-Charakter“ von Festspielen. Sie ziehen ein anderes Publikum an und sind für einen bestimmten Personenkreis – z. B. Medienvertreter, Politiker, Sponsoren, die „Schickeria“ – attraktiver als die Veranstaltungen eines ganzjährig angebotenen Musiklebens. Manchen Festspielen wird darum der Vorwurf des „Elitären“, anderen der des „Populären“ gemacht. Freilich kann gerade diese gesellschaftliche Exponiertheit der Anlass für einen Sponsor sein, sich bei einem bestimmten Festival zu engagieren.

In der künstlerischen Herausgehobenheit fallen „Glanz und Elend“ von Festspielen zusammen. Dass eine Kunstgattung im Mittelpunkt steht (wie beim Klavier-Festival Ruhr oder beim Rossini-Festival in Pesaro), dass eine Spielstätte das Kriterium für die Einzigartigkeit abgibt (die Arena in Verona, die Treppe in Schwäbisch-Hall, ein stillgelegtes Kraftwerk in der Eifel), dass das künstlerische Geschehen eines Festivals mit einem einzigen Künstler identifiziert wird (Karajan in Salzburg, Gidon Kremer in Lockenhaus, Hans Werner Henze in Montepulciano): das ist dem einen Anlass zur Begeisterung und Grund für eine Pilgerfahrt, dem anderen Anlass zu Kritik und Abstinenz.

Die Musterhaftigkeit des Gebotenen ist in einer Zeit, die im Kulturbetrieb von den Merkmalen: globale Vermarktung von Top-Stars, ubiquitäre Verbreitung von Künstlern und Programmen als „Markenartikel“ und totale Verfügbarkeit von Informationen bestimmt ist, zum wesentlichen Kriterium des Festspielgedankens heutiger Prägung geworden. Nicht der Starnamen eines Intendanten, die Anwesenheit eines berühmten „artist in residence“ oder das Aufgebot aller den Musikmarkt gerade beherrschenden Top-Stars garantiert automatisch schon die festspielwürdige Qualität des Programmangebots.

Nicht unerwähnt darf bleiben, dass das Unterfangen, das Ideal der Musterhaftigkeit im konkreten Festspielbetrieb umzusetzen, unentwegt nach Superlativen verlangt. Ein Festival soll die „besten Besetzungen“ auftrei-

ben und hat diesen „optimale Bedingungen“ zu bieten, es muss „kompromisslosen Ansprüchen“ genügen und kann nur so „höchste Attraktivität“ ausstrahlen. Führt man solche oft großspurig wirkenden Forderungen auf die Dimension des Machbaren zurück, auf ein Maß also, das sowohl zu realisieren und zu finanzieren als auch durchzusetzen ist, dann sieht sich der Letztverantwortliche rasch konfrontiert mit utopischen Besetzungswünschen, maßlosen Probenforderungen und unerfüllbaren Honoraransprüchen.

Über die spezifische Eigenart der Darbietung als Festival-Kriterium sind nicht viele Worte zu verlieren. Wie in Aix-en-Provence Mozart musiziert, in Bayreuth Wagner inszeniert, in Lockenhaus Schnittke und in Hohenems Schubert interpretiert wird, das bestimmt maßgeblich auch den Rang und das Renommee des betreffenden Festivals selbst. Diese Aussage muss in zunehmendem Maße auch auf den Stil der Provokation angewendet werden, den sich immer mehr Festivals, die szenische Aufführungen, Oper und/oder Schauspiel, in ihrem Programm haben, als ihr Markenzeichen zulegen. Ungeachtet aller modischen Trends zum „Dekonstruktivismus“ ist daran festzuhalten, dass die innovative Kraft von Festivals keineswegs gleichbedeutend ist mit der Zerstörung bestehender und akzeptierter Traditionen, seien es nun geschichtlich bedingte Inszenierungs- bzw. Interpretations-„kanons“ oder Hör- und Sehgewohnheiten des Publikums.

Eine große Bedeutung kommt auch der eigenständigen Prägung durch eine konzeptionelle Idee oder die spezifische Aura eines Festivals zu. Dieses Kriterium wird immer wichtiger angesichts der inzwischen nahezu totalen Verfügbarkeit von Künstlern und der weltweiten Vernetzung von künstlerischen Leistungen, sei es durch mediale Verbreitung und Vermarktung, sei es durch die grassierende Mode (oder auch Nötigung) selbst großer Festivals zu Kooperation, Austausch und kostenmindernder Weitergabe von Produktionen. Nicht zuletzt garantieren einem Festival ausschließlich Unverwechselbarkeit und Einzigartigkeit des künstlerischen Profils den „unique selling point“ für ein erfolgreiches Marketing.

---

### Festival-Typen

Wie sich der Begriff Festival einer verbindlichen Definition entzieht und sein künstlerischer Inhalt darum der normativen Wertung, so fällt es auch schwer, für die zahllosen „real existierenden“ Festivals der Gegenwart eine Typologie zu entwickeln, die mehr leistet als eine oberflächliche Schematik, der keinerlei erhellende Ordnungsfunktion zukommt. Mit der Schwierigkeit, Festivals typologisch einzuordnen, hängt sicherlich auch die schon erwähnte Zurückhaltung des gegenwärtigen Wissenschaftsbetriebs bei der theoretischen Befassung mit Festspielen und Festivals zusammen, obwohl diese doch zu den auffälligsten Erscheinungsformen unserer heutigen Kulturlandschaft zählen. So ist es mehr als 30 Jahre her, seit der deutsche Musiktheoretiker Hans G. Helms in einem Referat über „Festivals für neue Musik“ im Rahmen des Steirischen Herbstes 1973 in Graz eine funktionelle Festival-Typologie aus marxistischer Sicht versucht hat (20). Soweit ersichtlich, war der Wiener Kulturwissenschaftler Manfred Wagner der einzige, der dem Helm'schen Konstrukt, mit zehnjähriger Verspätung, eine eigene „Typenlehre“ entgegengesetzt hat, die uns heute nur noch dank ihrer weitblickenden Prognosen weitgehend überzeugen kann.

In dem 1983 erschienenen Aufsatz „Kulturfestivals – eine Form gesellschaftlicher Reaktion auf die Krisen der Achtzigerjahre“ (21) hat Wagner vier Typen von Festivals entwickelt:

- > das Repräsentationsfestival (das für ihn durch die Salzburger Festspiele verkörpert wird);
- > das Heimatfestival (Traditionsveranstaltungen in Orten mit ländlichen Strukturen, aktualisiert in den zunehmend verbreiteten „Stadtfesten“);
- > das Themenfestival (mit dem Hauptziel „Information“, z.B. über neue Ergebnisse oder Produktionsformen aus den Bereichen Musik, Theater, Bildende Kunst und deren „Randzonen“), und

- > das Zielgruppenfestival (ein Angebot für einen „gesicherten Kern“ von Konsumenten, der „in der Regel schon am Ort des Geschehens vorhanden ist“, z.B. bei Operettenfestspielen).

Aus heutiger Sicht ist Skepsis angebracht, ob es zwischen Themen- und Zielgruppenfestival wirklich signifikante Unterschiede gibt; wer seinem Festival ein klares „Thema“ vorgibt (das mag das Werk Richard Wagners sein in Bayreuth oder das Feld der avantgardistischen Musik in Donaueschingen), der hat automatisch auch schon eine bestimmte „Zielgruppe“ angesprochen. Auch scheint der Typus des Heimatfestivals allzu sehr einem damals aktuellen (und heute abgestandenen) populistischen Kulturbegriff geschuldet, als dass damit wirklich eine zur Systematik taugliche Erscheinung dingfest gemacht worden wäre.

Dagegen hat sich das von Wagner wohl eher irrtümlich aus dem Heimatfestival abgeleitete Denkmalfestival („das versucht, eine spezifische, kulturell repräsentative Figur, die in irgendeinen Zusammenhang mit dem Ort gebracht wird, zum Denkmal erheben zu lassen und ihr zu Ehren Festspiele zu veranstalten“) zweifellos zum heute dominierenden Festivaltypus entwickelt. Geirrt hat Wagner jedoch sowohl mit der Kreation des Typus Wirtschaftsfestival wie mit dessen Ableitung aus dem Heimatfestival. Schon der Begriff „Wirtschaftsfestival“ ist problematisch, denn es ist ja keineswegs „die Wirtschaft“ der Gegenstand des Festivals, und selbst noch bei seiner eingeschränkten Definition (laut Wagner sind Wirtschaftsfestivals vorwiegend fremdenverkehrsorientierte „Großveranstaltungen von Kommunen, die begreifen, dass das kulturelle Angebot und dessen Akzeptanz einen wichtigen Wirtschaftsfaktor darstellen kann“ (22)) bleibt der Begriffsinhalt diffus.

In dem nachstehend unternommenen Versuch einer Festival-Typologie wird zwischen einer autonomen, sozusagen „kulturbetriebsimmanenten“, und einer „externen“, von betriebsfremden Gesichtspunkten ausgehenden Betrachtungsweise unterschieden. Die auf das „Kunst-Produkt“ Festival gerichtete autonome Betrachtungsweise rückt die konzeptionellen und dramaturgischen Aspekte in den Mittelpunkt, bei der externen Betrachtungsweise stehen äußerliche Zwecksetzungen und funktionelle Gesichtspunkte im Vordergrund. In beiden Fällen wird sprachlich nicht zwischen traditionellen Festspielen und „neuen“ Festivals unterschieden.

---

### 1. Festival-Typen in autonomer Betrachtungsweise

Festivals haben eine einzige autonome Zielsetzung: die Darbietung kultureller Veranstaltungen von höchstem künstlerischen Anspruch (s. auch Kapitel 2 „Begriffsbestimmung“). Damit ist die „Herstellung“ von Kunst der primäre Inhalt dieser Kulturbetriebsform. Unter dieser Prämisse lassen sich Musikfestivals „inhaltlich“ nach Gattungsschwerpunkten und Themenschwerpunkten differenzieren.

Naheliegend ist die Einteilung

nach Gattungen:

- > symphonische und/oder Kammermusik
- > Oper, Musiktheater
- > Ballett
- > Jazz

in:

- > Musikfestivals
- > Opernfestspiele
- > Ballettfestivals
- > Jazzfestivals

Schwieriger gelingt, entsprechend der nahezu unbeschränkt möglichen Themenvielfalt, eine brauchbare Einteilung nach thematischen Schwerpunkten. Schon in ihrer unausgesprochenen Markt-„Philosophie“ unterscheiden sich Festivals grundsätzlich. Hier nimmt das Denkmalfestival in der oben von Manfred Wagner gegebenen Definition den breitesten Raum ein. Festivals, die ihre Stärke in einem gemischten Angebot sehen – mag es sich nun um eine Mischung aus Hoch- und Popularkultur, Klassik und Moderne, Stars und Nachwuchskräften oder Open Air und Saalveranstaltungen handeln –, hat man wenig freundlich Warenkorbfestivals genannt. Diesem Typus stehen die sog. Spezialitätenfestivals gegenüber, die in der Beschränkung auf

eine Kunstgattung, eine Stilrichtung oder einen Komponisten ihr Profil suchen. Den Begriff des Zielgruppenfestivals sollte man, anders als noch Manfred Wagner es tat, jenen Festivals vorbehalten, die sich streng an fest umrissene Zielsetzungen (Ausrichtung nach traditionellen Werten oder Öffnung für neue ästhetische Formen, „Crossover“ oder Eroberung von Marktnischen) oder an klar definierte Zielgruppen (Festivals für „Kenner und Liebhaber“ oder für „Trend-Freaks“, Bemühung um neue Publikumsschichten oder Bedienung simpler touristischer Ansprüche) halten.

Auf einer zweiten Stufe der inhaltlichen Betrachtungsweise lassen sich viele Ordnungsmuster aufstellen, von denen hier nur einige angeführt und mit Beispielen belegt werden sollen. So kann man Musikfestivals einteilen nach:

- | nach:   | in:   |
|---|---|
| > vorgefassten Themen (z.B. Länderschwerpunkte, ästhetische Ideen)                                    | > Themenfestivals (z.B. Schleswig-Holstein Musik Festival, Römerbad Musiktage Badenweiler)              |
| > ausgewählten Sparten (z.B. musikhistorische Epochen, stilistische Perioden, musikalische Gattungen) | > Spartenfestivals (z.B. Tage Alter bzw. Neuer Musik, z.B. Schubertiade Hohenems, Klavierfestival Ruhr) |
| > einzelnen Komponisten (z.B. Länderschwerpunkte, ästhetische Ideen)                                  | > Komponistenfestivals (z.B. Bachfest, Richard Wagner-Festsp, Kurt-Weill-Fest)                          |

---

## 2. Festival-Typen in externer Betrachtungsweise

Betrachtet man die Kulturbetriebsform „Festival“ nicht als autonomes Kunst-Ereignis, sondern als Wirtschaftskörper, so lassen sich Festivals auch nach ihren Finanzierungsformen und ihren Besucherstrukturen unterscheiden. Überflüssig zu sagen, dass sich auch bei dieser Betrachtung keine „reine“ Typologie aufstellen lässt. Vielmehr sind auch hier Mischformen, Überschneidungen und Abweichungen die gängige Praxis.

In einer groben Einteilung kann man drei Finanzierungsformen unterscheiden:

- > ausschließlich aus öffentlichen Mitteln finanzierte,
- > ausschließlich privat finanzierte und
- > aus öffentlichen und privaten Mitteln gemischt finanzierte Festivals.

Ausschließlich aus öffentlichen Mitteln finanzierte Festivals sind ebenso selten anzutreffen wie rein privat unterhaltene oder gar ausschließlich aus den selbst erwirtschafteten Einnahmen finanzierte; zum ersten Typus gehören die Münchner Opernfestspiele, zum zweiten das nahezu vollständig von Sponsoren getragene Rheingau Musik Festival. Die Masse der in Europa tätigen Festivals lebt von einem höchst unterschiedlich zusammengesetzten Mix aus Eigeneinnahmen, Zuschüssen der öffentlichen Hand und Zuwendungen von Sponsoren oder Mäzenen. Über die weiteren Einzelheiten der Finanzierung von Festivals s. unten Kapitel 5.

Die Frage, woher Festivals ihr Publikum rekrutieren (und welche Werbestrategien sie dementsprechend einschlagen müssen), führt zu einer Einteilung nach Besucherstrukturen in:

- > Festivals mit lokalem,
- > Festivals mit regionalem und
- > Festivals mit überregionalem/internationalem Publikum.

Der Publikumsforschung wird in Zukunft zweifellos große Aufmerksamkeit geschenkt werden. Je stärker wirtschaftliches Denken zusätzlich zur künstlerischen Kompetenz von den Führungsinstanzen der zum Erfolg ver-



urteilten Festivals erwartet wird, um so nachhaltiger müssen zielgerichtete Marketingstrategien zum Einsatz kommen. Damit sind auch aktuelle, kulturwissenschaftlich fundierte Erhebungen über das Publikumsverhalten und statistisch relevante Besucherbefragungen – die derzeit nur vereinzelt vorgenommen werden oder bereits älteren Datums sind – zu erwarten. Es bleibt zu hoffen, dass die durchaus erforderliche Orientierung am Publikum die Festivals nicht zu einer Anbiederung an den Massengeschmack verleiten wird.

---

### Festivals als Instrumente

Den Standortvorteil von Orten oder Regionen mit einem attraktiven und hochwertigen Kulturangebot als „weichen Standortfaktor“ zu bezeichnen (und zu nutzen), hat sich im öffentlichen Bewusstsein längst durchgesetzt. Dass das Vorhandensein kultureller Angebote im weitesten und von Festivals mit ihrer Anziehungskraft im engeren Sinn als besonderer Wettbewerbsvorteil gilt, bedarf keiner Begründung; Städtetourismus und Kulturtourismus haben inzwischen die höchsten Zuwachsraten im Tourismusgeschäft. Aber auch für die Attraktivität eines Wirtschaftsstandorts, für die Gewinnung oder den Verbleib qualifizierter Mitarbeiter von großen Unternehmen am jeweiligen Ort spielen Vorhandensein und Erreichbarkeit kultureller Großereignisse inzwischen eine maßgebliche Rolle.

Die Verbesserung der „Standortqualität“ ist nur einer der nicht quantifizierbaren, auch qualitativ oder extern genannten Effekte, die von der Existenz von Festivals ausgehen. (Über die quantifizierbaren Effekte wird im Abschnitt über den „Wirtschaftskörper Festival“ (s. unten Kapitel 5) zu referieren sein.) Zu den weiteren qualitativen Effekten, die sich positiv auf den Festspielort oder die Region auswirken, zählen

- > die Verbesserung der touristischen Qualität,
- > eine erhöhte positive Imagewirkung und
- > eine erhöhte Identifikationswirkung.

Dazu kommt: Für Menschen, denen Kunst und Kultur als ideale Werte und Lebensinhalte wichtig sind, bedeutet der Besuch eines Festivals sicherlich (darüber gibt es keine Untersuchungen) eine gegenüber dem „normalen“ Theater- oder Konzertbesuch stärkere geistig-emotionale Bereicherung, ein Phänomen, das in kulturpolitischen Debatten gern als „Verbesserung der Lebensqualität“ bezeichnet wird.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Festspiele und Festivals – welchen Typs auch immer – dank der Wirkungen, die sie auf die Entwicklung von Kunst und Kultur, auf den Einzelnen wie auf die Gemeinschaft, auf gesellschaftliche Gruppen wie auf politische Tendenzen ausüben, als „Instrumente“ für die unterschiedlichsten Interessen eingesetzt werden können. Festivals werden sich im 21. Jahrhundert somit vermutlich zu den stärksten Gestaltungsfaktoren des kulturellen, gesellschaftlichen und politischen Lebens entwickeln. Sie lassen sich verstehen:

- > als künstlerisches Ereignis: sie erfüllen damit ihre eigentliche, die spezielle Kunstbetriebsform erst rechtfertigende Aufgabe;
- > als ästhetischer Innovationsmotor: sie können, manchmal sogar besser als der „normale“ Theater- und Konzertbetrieb dies vermag, künstlerische Entwicklungen in Gang setzen, ästhetische Trends aufspüren und das Rezeptionsverhalten des Publikums verändern;
- > als gesellschaftliche Events, die gerade durch die zeitliche und örtliche Herausgehobenheit ihres Anlasses und durch deren mediale Wirkung perfekter Ausdruck unseres Zeitgeistes sind;
- > als Instrument der Politik, die sie zu Recht als Einrichtungen des öffentlichen Lebens ansieht und daher leider oft zu Unrecht für parteipolitische Zwecke einsetzt;

- › als Instrument der Imagebildung: sie werden darum von Kommunen und Regionen zunehmend zur Stärkung ihres Ansehens herangezogen;
- › als Bildungsfaktor, denn sie wirken mit ihren vielfältigen Ausstrahlungen in Familie, Schule, Hochschule und musische Ausbildung hinein;
- › als Standort- und Wirtschaftsfaktor, der mit seinen direkten Beschäftigungs-, Einkommens- und Steuereffekten ebenso wie über die sog. „Umwegrentabilität“ zur Attraktivität einer Region und zum Wohlstand ihrer Bevölkerung maßgeblich beiträgt; diesem Aspekt ist ein eigenes Kapitel gewidmet.

Eines sollte auch bei dieser „instrumentalisierten“ Betrachtungsweise nicht übersehen werden: Festivals sind mehr als vielfachen Nutzen bringende Institutionen zur Darbietung besonders teurer oder wertvoller Kunstereignisse. Sie sind imstande, unabhängig von ihrer jeweils eigenen Erscheinungsform ein neues Bewusstsein von der Qualität des menschlichen Lebens und eine neue Sensibilität für den Wert des menschlichen Zusammenlebens zu schaffen. Sie dienen der „res publica“ wie keine andere Einrichtung des öffentlichen Lebens. Festivals sind zugleich Traditionshüter und Trendsetter. Sie sind Teil der Kulturgeschichte, die sie schreiben.

## » 5. Das Festival als Wirtschaftskörper

Festivals sind – einmal abgesehen von der Rolle, die sie mit ihren künstlerischen Leistungen im regionalen, nationalen oder internationalen Kulturleben spielen – wesentlich auch Wirtschaftsunternehmen. Anders als bei einem Unternehmen der Erwerbswirtschaft kann der wirtschaftliche Erfolg eines „Nonprofit-Unternehmens“ (23) (zu denen Festivals wie jeder andere Kunstbetrieb konstitutionell gehören) allerdings nicht an den Parametern Umsatz und Gewinn gemessen werden, sondern nur am Verhältnis von Betriebsaufwendungen und Betriebserträgen als Maßstab der Selbstfinanzierungskraft. Damit unterliegt ihre „Geschäftstätigkeit“ nicht nur der kaufmännischen Betrachtung, sondern auch, da in der Regel zuschussbedürftig, der Kontrolle durch die öffentliche Hand und, soweit von privatwirtschaftlicher Seite unterstützt, auch den Regeln der Marktwirtschaft, die sich, wie im Falle des Gegenseitigkeits-Geschäfts mit Sponsoren, auch auf Kommunikationsleistungen und erwarteten Image-Gewinn erstrecken und sogar künstlerische Einflussnahme nach sich ziehen können.

### Ökonomische Effekte

Die Grundsätze betriebswirtschaftlicher Betrachtungsweise von Kunst, Kunstprodukten und Kunstbetrieben sind heute zum selbstverständlichen Inhalt des Denkens und Handelns im sog. „Kulturmanagement“ geworden. Auch die deutschsprachige Fachliteratur zu diesem Thema ist erfreulich angewachsen (Literaturangaben s. Anhang). Hervorzuheben ist die Arbeit von Marlies Hummel über die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur (1988) und der schon genannte Abschlussbericht über das Gutachten von Karin Peschel über die ökonomischen Effekte des Schleswig-Holstein Musik Festivals (1998). Diesen beiden Untersuchungen sind die folgenden Ausführungen in mancher Hinsicht verpflichtet.

Die bei der Betrachtung eines Festivals als Wirtschaftskörper ins Auge springenden ökonomischen Effekte setzen sich aus quantitativ messbaren und qualitativen Effekten (s. Kapitel 4) zusammen. Die quantifizierbaren ökonomischen Effekte können wiederum nach ihren Wirkungsinhalten unterteilt werden in:

- › Wertschöpfungseffekte,
- › Einkommenseffekte,
- › Beschäftigungseffekte (Arbeitsplätze) und
- › fiskalische Effekte (Steuern und Sozialabgaben).

Ausgaben, die ein Festival tätigt, Leistungen, die für seine Durchführung erbracht werden müssen, gleichgültig ob es sich dabei um Druckereiaufträge, Anzeigenschaltungen oder Bühnen- und Beleuchtungsanschaffungen, InstrumentenAnmietungen oder Notenkäufe handelt, aber auch die Ausgaben der Besucher im Zusammenhang mit dem Festivalbesuch bewirken naturgemäß im Wirtschaftskreislauf Produktions- bzw. Umsatzzuwächse; diese bezeichnet man als Wertschöpfungseffekte.

Dass Einkommens- und Beschäftigungseffekte eng miteinander verbunden sind, bedarf keiner weiteren Erläuterung: Festivals benötigen zur Durchführung des Betriebs und zur Erzielung künstlerischer Leistungen Mitarbeiter in den Bereichen Leitung, Verwaltung, Technik und Künstlerisches Personal. Vor allem aber schließen Festivals Verträge mit Künstlern, die ihre Leistungen gegen Honorar erbringen.

Unter Fiskaleffekten schließlich werden die ökonomischen Wechselwirkungen verstanden, durch die die öffentliche Hand mit dem Kultursektor verbunden ist. Das bedeutet insbesondere (zitiert nach Peter Leimgruber, Handbuch „Kultur und Management“ (24)):

- > „Das Festival trägt direkte Steuern und Abgaben, wie Ertragssteuern, Beiträge zur Sozialversicherung, und erhält ggfs. andererseits auch öffentliche Fördermittel und Subventionen;
- > mit dem Festival verknüpfte Vorlieferanten und Wirtschaftsunternehmen zahlen als Wirtschaftsbetriebe ebenfalls direkte und indirekte Steuern, Abgaben usw.;
- > die Arbeitnehmer aller von den direkten und indirekten Effekten betroffenen Sektoren zahlen als Privathaushalte direkte Steuern (Lohnsteuer, Sozialversicherung), mit deren Hilfe der Staat wieder ökonomisch aktiv werden kann.“

---

### Umwegrentabilität

Was ist Umwegrentabilität? Der Wirtschaftskörper Festival erlaubt auch eine andere Betrachtungsweise als die nach dem Inhalt der ökonomischen Effekte, nämlich die nach dem Grad ihrer Einflussnahme auf den wirtschaftlichen Erfolg. Die Kulturökonomien unterscheiden demgemäß zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten. Begreiflicherweise lösen „produzierende“ Kulturbetriebe nicht nur direkte Einnahmen und Ausgaben aus, sondern erzeugen auch wirtschaftliche Sekundäreffekte, die, mehr oder weniger dicht mit ihrer eigenen Wirtschaftsleistung verknüpft, ihrerseits den Wirtschaftskreislauf stimulieren. Dazu gehört z.B. auch der Nutzen, den touristische Einrichtungen und Fremdenverkehrsbetriebe aus dem bloßen Stattfinden solcher Veranstaltungen ziehen. Keine Frage, dass dieser Nutzen bei der Durchführung von Festivals besonders groß ist. Von Umwegrentabilität schwärmen deshalb vor allem jene Politiker, die den direkten kulturellen wie ökonomischen Nutzen von Festivals eher gering achten und ihnen deshalb die nötige Vorfinanzierung in Form von Investitionen zum Anschlag des Wirtschaftskreislaufs vorenthalten.

Die Idee der Umwegrentabilität ist älter als das erste Repräsentationsfestival des 20. Jahrhunderts, die Salzburger Festspiele. Max Reinhardt, einer ihrer Gründer, prophezeite in seiner „Denkschrift zur Errichtung eines Festspielhauses in Hellbrunn“ schon im Kriegsjahr 1917 – drei Jahre vor Gründung der Salzburger Festspiele – „neben den kulturellen auch wirtschaftliche Vorteile ..., deren Höhe sich ziffernmäßig kaum abschätzen läßt“, und war optimistisch, „dass nach Friedensschluss sich auch aus anderen Ländern ... eine große Besucherzahl, und zwar vorwiegend aus wohlhabenden Schichten, zu den Festspielen einfinden wird“. Und „das Ergebnis dieser internationalen Propagandawirkung wird jedoch nicht allein der Stadt Salzburg, sondern mittelbar dem ganzen österreichischen Alpengebiet sowie allen touristisch reizvollen Gebieten der Monarchie zugute kommen, die zum Teil noch lange nicht in dem Maß gekannt und besucht sind, wie sie es verdienen“ (25).

Der wissenschaftliche Beleg dieser Aussage erfolgte erst mehr als 60 Jahre später, als zu Anfang der 1980er Jahre die Salzburger Handelskammer erstmals eine Studie über die Umwegrentabilität erstellen ließ, die 1987 veröffentlicht (26) und zweimal, 1989 und 1998, aktualisiert wurde. Inzwischen sind zahlreiche vergleichbare Untersuchungen bei anderen Festivals angestellt worden, die alle zu ähnlichen Ergebnissen geführt haben. Übereinstimmend wurde nachgewiesen, dass Hotellerie, Gastronomie und Handel dank der Festspielgäste signifikant höhere Umsätze und Gewinne erwirtschaften. An den positiven indirekten Effekten von Musikfestivals, an ihrer Umwegrentabilität, ist kein Zweifel mehr gestattet.

---

### Sponsoring

Im täglichen Sprachgebrauch wird mittlerweile – höchst unzutreffend – fast jede Art von finanzieller Zuwendung als Sponsoring bezeichnet. In der Betriebswirtschaftslehre wird der Begriff enger gefasst. Eine allgemein anerkannte Definition hat der Sponsoring-Experte Arnold Hermanns geliefert. Ihm zufolge ist Sponsoring

- > „die Zuwendung von Finanzmitteln, Sach- oder Dienstleistungen eines Unternehmens (Sponsor)
- > an eine Einzelperson, eine Gruppe von Personen, eine Organisation oder Institution (Gesponserter) aus dem lokalen oder gesellschaftlichen Umfeld des Unternehmens
- > gegen die Gewährung von Rechten zur kommunikativen Nutzung von Personen, Organisation, Institution und/oder Aktivitäten des Gesponserten
- > auf der Basis einer vertraglichen Vereinbarung, mit der regelmäßig auch eigene, unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.“ (27)

Im Vordergrund dieser Definition steht das Prinzip von Leistung und Gegenleistung auf der Basis einer vertraglichen Regelung, die immer existieren muss, aber nicht zwingend der Schriftform bedarf. Diese konkrete Übereinkunft wird als „Sponsorship“ bezeichnet.

Nach einer weiteren häufig zitierten Definition bedeutet Sponsoring

- > „die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten,
- > die mit der Bereitstellung von Geld- oder Sachmitteln durch Unternehmen
- > für Personen und Organisationen im sportlichen, kulturellen oder sozialen Bereich
- > zur Erreichung von unternehmerischen Marketing- und Kommunikationszielen verbunden sind“ (28).

Unzählige weitere Definitionen beschreiben mit anderen Worten den gleichen Sachverhalt: das „Geschäft auf Gegenseitigkeit“, das Tauschprinzip „Geld gegen Image“.

Sponsoring wird in vier gesellschaftlichen Bereichen praktiziert. Neben das älteste, ursprünglich einzige und heute noch dominierende Sportsponsoring sind das Sozial-, das Kultur- und, mit einiger Verspätung, das Umweltsponsoring getreten. Dass Festivals mit ihrer „Herausgehobenheit des Angebots“ und der „Musterhaftigkeit“ und medialen Ausstrahlung des von ihnen Gebotenen bevorzugte Objekte des Kultursponsoring sind, bedarf keiner Erklärung. Die Bedeutung des Sponsoring für den Wirtschaftskörper Festival, die vermutlich Justus Frantz als erster erkannt und für „sein“ Festival nutzbar gemacht hat, hat im ersten Jahrzehnt seit der Gründung des Schleswig-Holstein Musik Festivals ständig zugenommen. Zu welcher Perfektion das SHMF, das für seine diesbezüglichen Aktivitäten inzwischen sogar eine eigene Sposorengesellschaft gegründet hat, die „Erfindung“ von Justus Frantz weiterentwickelt hat, zeigt ein Blick in die sog. Sponsorenbrochure des Festivals von 2002, die das nach Leistung und Gegenleistung gestaffelte Angebot für den individuellen Sponsoringplan eines Wirtschaftsunternehmens enthält (s. Tabelle 4).

Tabelle 4

» **Schleswig-Holstein Musik Festival  
ein Festival – vier Chancen für ein erfolgreiches Sponsoring**

Aus vier verschiedenen Kooperationsmodellen entwickeln wir für Ihr Unternehmen einen individuellen Sponsoringplan.

**1. Die Hauptsponsoren**

sind die einzigen Partner, die das gesamte Festival zur werblichen Darstellung nutzen können. Das Logo des Hauptsponsors und das Logo des Schleswig-Holstein Musik Festivals gehen eine enge Verbindung ein: sie präsentieren sich im Zuge des Sponsorships immer gemeinsam. Das Schleswig-Holstein Musik Festival gewährt dazu den Hauptsponsoren Branchenexklusivität. Darüber hinaus besteht für die Hauptsponsoren die Möglichkeit die Marke „Schleswig-Holstein Musik Festival“ auch außerhalb des Festivals in bestehende Kommunikationsmaßnahmen einzubeziehen, z. B. Spezielle Kampagnen zu entwickeln bzw. existierende auf das Schleswig-Holstein Musik Festival abzustimmen.

**2. Die Presenting-Sponsoren**

spezialisieren sich auf einen der vier attraktiven Bereiche des Schleswig-Holstein Musik Festivals und konzentrieren hier ihre Aktivitäten über die gesamte Dauer des Festivals. Für ein Presenting-Sponsoring bieten sich folgende Festivalbereiche an:

- > Musikfeste auf dem Lande
- > Orchesterakademie Salzacu
- > Meisterkurse
- > Länderschwerpunkt-Veranstaltungen

**3. Die Konzert-Sponsoren**

unterstützen einzelne Konzert-Veranstaltungen innerhalb des Schleswig-Holstein Musik Festivals. Sowohl bei Highlight-Konzerten mit internationalen Orchestern, Solisten und Dirigenten als auch bei Veranstaltungen der Orchesterakademie auf Schloß Salzacu können sich Unternehmen ihren geladenen Gästen und der Öffentlichkeit gegenüber als exklusive Partner des Festivals präsentieren.

**3. Die Unternehmerinitiative Wirtschaft und Musik**

bietet ihren Mitgliedern die Möglichkeit, mit einem relativ geringen Sponsorenbeitrag eine deutliche Präsenz im Rahmen des Schleswig-Holstein Musik Festivals zu erzielen und so gemeinsam mit anderen Unternehmen im Pool das kulturelle Engagement der eigenen Firma zu kommunizieren. Die Unternehmerinitiative Wirtschaft und Musik stellt darüber hinaus ein nutzbringendes Podium für Kontakte und Mitglieder untereinander dar.

Quelle: *Sponsorenbrochure des Schleswig-Holstein Musik Festivals 2002*

Die noch vor einem Jahrzehnt kontrovers und heftig geführte Debatte über die „Gefahren“ des Sponsorings für die Autonomie der gesponserten Kunsteinrichtungen ist abgeebbt; längst hat beide Seiten die Erfahrung gelehrt, dass die Wirtschaft immer dann den größten Nutzen aus ihrem Engagement gezogen hat, wenn sie dem Rat und den Empfehlungen der künstlerischen „Sachverständigen“ gefolgt ist. Allerdings scheint sich das Kultursponsoring inzwischen allmählich auf dem Rückzug zu befinden. Immer weniger Unternehmen sind bereit (oder sehen sich dazu in der Lage), längerfristige Vereinbarungen über regelmäßige Zuwendungen, noch dazu in fünf- oder sechstelliger Höhe, auch mit hoch renommierten Festivals zu treffen. Daran hat auch der viel zitierte „Sponsorenerlass“, der die steuerlich relevante Definition von Werbemaßnahmen (= Betriebsausgaben) zugunsten der geförderten Kultureinrichtungen gelockert hat, nichts ändern können.

Als schließlich die Weltwirtschaft zum Jahrtausendwechsel in eine Krise geraten war, von der sich Deutschland besonders schwer zu erholen scheint, hat die Förderung von Kunst und Kultur auf dem Weg des Sponsoring endgültig ihre größte Attraktivität eingebüßt. Ob ausschließlich die erlahmende Wirtschaftskraft oder nicht auch eine Sättigung des „Marktes“ und die Abnutzung der medialen Wirkung dafür verantwortlich war, ist schwer zu entscheiden; wahrscheinlich haben alle drei Gründe zusammengewirkt. Diese Entwicklung ist wohl für jene Festivals besonders Besorgnis erregend, die, wie das Rheingau Musik Festival, auf Zuwendungen der öffentlichen Hand nahezu völlig verzichten müssen und ihre gesamte Finanzierung auf zusätzliche Einnahmen aus dem Sponsorengeschäft abgestellt haben.

---

### Finanzierungsformen

Grundsätzlich lässt sich die wirtschaftliche Geschäftstätigkeit von Festspielen und Festivals auf drei Finanzierungsformen zurückführen, nämlich auf:

- > die Eigenerlöse aus dem Kartenverkauf,
- > die Subventionstätigkeit der öffentlichen Hand und
- > die Zuwendungen von Sponsoren, Fördervereinen o.ä.

In der Praxis stellt die in unterschiedlichster Weise gehandhabte Kombination der öffentlichen und der privaten oder privatwirtschaftlichen Förderung – Subvention und Spende bzw. Sponsoring – wohl die häufigste Finanzierungsform dar.

Zunehmend wird für Festivals die Trägerschaft einer Stiftung gewählt; in diesem Fall kommt der jährliche Zinsertrag aus dem Stiftungsvermögen als Finanzierungselement hinzu.

Entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg eines Festivals ist in allen Fällen ein hoher eigenerwirtschafteter Erlös, der – neben den Einnahmen aus der medialen Verwertung (Rundfunk- und Fernsehrechte), dem Anzeigengeschäft und dem Programmheftverkauf – im Wesentlichen aus dem Kartenverkauf erwächst. Belegungszahlen und wirtschaftliche Auslastung sind nicht das gleiche; denn in der Zahl der „belegten“ Plätze sind natürlich auch die abgegebenen Freikarten (für Künstler, Presse, Mitarbeiter, Sponsoren usw.) enthalten. Dennoch bedeuten hohe Belegungszahlen immer auch eine respektable wirtschaftliche Auslastung. Im günstigsten Fall, bei einer festgeschriebenen Zuwendung der öffentlichen Hand oder bei einem garantierten Volumen von Sponsoreneinnahmen, kann sich ein Überschuss ergeben, der in der Regel auf das Folgejahr vorgetragen werden kann, sofern die öffentliche Hand von ihrem (in den Zuwendungsrichtlinien festgeschriebenen) Recht, „nicht verbrauchte“ Mittel zurückzufordern und so ihren Zuschuss um den entsprechenden Betrag zu kürzen, keinen Gebrauch macht.

Zu den genannten Einnahmearten kommt – was allerdings nur bei wenigen exponierten Festivals, ebenso bei den bedeutendsten Opernhäusern der Welt, in nennenswertem Umfang eine Einnahmequelle ist – das sog. „Merchandising“. Unter diesem im deutschen Sprachraum nicht ganz korrekt gebrauchten Begriff (eigentlich müsste von „Licensing“ die Rede sein) versteht man die Vermarktung von Produkten und Rechten, die der Hersteller einer Ware – in unserem Fall der Träger des Festivals – zur weiteren „Absatzförderung“ nutzt. Anders als bei der Erwerbswirtschaft beschränkt sich das Merchandising von kulturellen „Non-profit“-Unternehmen nicht ausschließlich auf verkaufsfördernde Artikel, die „durch kommerzielle und gewinnorientierte Nutzung einer Popularität auf Basis einer Lizenzvergabe entstehen und eine profitable Einnahmequelle für den Lizenzgeber darstellen“, sondern umfasst auch künstlerisch wertvolle Produkte (Schallplattenaufzeichnungen, Programmbücher, Kataloge) und dient daher neben rein kommerziellen Zwecken auch der Imagebildung.

Eine letzte Bemerkung soll den Rahmenbedingungen der wirtschaftlichen Geschäftstätigkeit von Festivals gelten. Die zwei wesentlichen verstehen sich von selbst: professionelles Management und künstlerische Attraktivität. Ein Festival, das unprofessionell arbeitet oder dilettantisch geführt wird, dessen einzige Stärken Enthusiasmus und guter Wille sind, wird sich ebenso wenig erfolgreich in einem von starker Konkurrenz bestimmten Markt behaupten können wie eines, das künstlerisch nichts Außergewöhnliches zu bieten hat. Ohne künstlerische Attraktivität bleibt auch der Wirtschaftskörper Festival unattraktiv. Für günstige Rahmenbedingungen können Festivals freilich nicht ausschließlich aus eigenen Kräften sorgen; wesentlich für ihren wirtschaftlichen Erfolg ist ebenso eine verlässliche und langfristige Grundfinanzierung durch die öffentliche Hand.

Festivals sind ihrem Wesen nach Luxus-Artikel. Wenn aber Konsens darüber besteht, dass die Kultur insgesamt kein Luxus ist, sondern ein Lebensmittel, das die geistig-seelische Grundversorgung des Menschen garantiert, dann braucht auch Kunst, wie der menschliche Körper, einzelne „Nahrungsmittel“ wie das tägliche Brot zum Überleben, andere zum Genuss und als Stimulans der Lebensfreude. So gesehen, gehören Festivals, sparsam genossen und sorgsam gehütet, zu dem Luxus, der lebensnotwendig ist. Und die im Grundgesetz nicht festgeschriebene, als Selbstverpflichtung des Staates aber unabweisliche Kulturförderung darf nicht nur der so genannten „Grundversorgung“ der Bürger mit kulturellen Einrichtungen – Bibliotheken, Museen, Orchestern, Theatern – dienen, sondern muss auch den Luxus-Artikel Festival einschließen.

- (1) Harald Kaufmann: Kanon des Festlichen, in: Fingerübungen. Musikgesellschaft und Wertungsforschung, Wien 1970, S. 107.
- (2) in: Riemann, Musiklexikon, Sachteil, Artikel „Festspiele, Musikfeste“, Mainz 1967, S. 283.
- (3) Artikel „Musikfeste“ in: Das neue Lexikon der Musik, Stuttgart / Weimar 1996.
- (4) Werner Kohlschmidt, in: Reallexikon der Deutschen Literatur, Berlin 1958, S. 458.
- (5) Gerald Mertens, Orchester, Musiktheater, Festivals, in: Musik-Almanach 2003/2004. Daten und Fakten zum Musikleben in Deutschland, Kassel 2002, S.45.
- (6) Franz Willnauer: Ausdruck unseres Zeitgeistes – Festivalkultur im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz, in: Handbuch KulturManagement, 27. Ergänzungslieferung, Stuttgart, Juli 1998.
- (7) Karin Peschel: Ökonomische Effekte des Schleswig-Holstein Musik Festivals, Abschlußbericht über ein Gutachten des Instituts für Regionalforschung der Universität Kiel, 1998; ungedruckt.
- (8) H.H. Blume: Einführung in das antike Theaterwesen, Darmstadt 1978, S. 14.
- (9) Vgl. Hans Mayer: Richard Wagner in Bayreuth, Stuttgart und Zürich 1976.
- (10) zitiert nach: Riemann Musiklexikon, s. Anm. 2, S. 283.
- (11) Hugo von Hofmannsthal: Der erste Aufruf zum Salzburger Festspielplan 1919, in: Festspiele in Salzburg, Frankfurt 1952/3, S. 31.
- (12) Edda Fuhrich, Gisela Prossnitz (Hrsg.): Die Salzburger Festspiele. Ihre Geschichte in Daten, Zeitzeugnissen und Bildern, Band I (1920-1945), Salzburg und Wien 1990, S. 5.
- (13) Holger Strunz: Festspiele in Deutschland – ein typologischer Überblick, in: [www.festspiel-forschung.de](http://www.festspiel-forschung.de).
- (14) eine eindrucksvolle Darstellung in: Europäische Musikfestspiele, hrsg. v. der Europäischen Vereinigung der Musikfestspiele, Zürich / Freiburg i. Br. 1977.
- (15) zitiert nach: Kulturagenda Ulm 2000 – Kulturbericht, hrsg. v. Stadt Ulm, Abteilung Kulturelle Angelegenheiten, ungedruckt, S.113.
- (16) Musikfestivals in Niedersachsen, Autoren: kulturNetz, Christian Zech, Christian Lorenz, hrsg. v. Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur, Hannover 2002, ungedruckt, S. 27.
- (17) S. Anm. 15.
- (18) S. Kapitel „Vorbemerkung“.
- (19) S. Anm. 6.
- (20) H. G. Helms: Festivals für neue Musik, in: O. Kolleritsch (Hrsg.), Neue Musik und Festival, Graz 1973, S.90 f.



- (21) Manfred Wagner: Kulturfestivals – eine Form gesellschaftlicher Reaktion auf die Krisen der Achtzigerjahre, in: art management, Theorie und Praxis des Kunstmanagements, Jg. 1, Heft 1983/1, Wien 1983.
- (22) a.a.O., S. 38.
- (23) Vgl. Philip Kotler, Marketing für Nonprofit-Organisationen, Stuttgart 1978.
- (24) Peter Leimgruber, Wirtschaftliche Auswirkungen von Festivals, in: Handbuch Kultur und Management, Lieferung Juli 2002, Düsseldorf 2002, S. 2
- (25) Zitiert nach: Max Reinhardt – „Ein Theater, das den Menschen wieder Freude gibt...“. Eine Dokumentation, hrsg. v. Edda Fuhrich und Gisela Prossnitz, München – Wien 1987, S. 117 ff.
- (26) Alfred Kyrer: Der wirtschaftliche Nutzen von Festspielen, Fachmessen und Flughäfen am Beispiel der Region Salzburg, Schriftenreihe des Instituts für Wirtschaftswissenschaften an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Salzburg, Band 2, Regensburg 1987 (27), in: Arnold Hermanns: Sponsoring – Grundlagen, Wirkungen, Management, Perspektiven, München 1997, S. 6.
- (28) in: Manfred Bruhn: Sponsoring, Frankfurt a. M. / Wiesbaden 1987, S. 16.

---

### Literaturhinweise zum Thema „Festival als Wirtschaftskörper“:

*Alfred Kyrer: Der wirtschaftliche Nutzen von Festspielen, Fachmessen und Flughäfen am Beispiel der Region Salzburg, Schriftenreihe des Instituts für Wirtschaftswissenschaften an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Salzburg, Band 2, Regensburg 1987.*

*Marlies Hummel, Manfred Berger: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur, Gutachten im Auftrag des Bundesministers des Inneren, Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung Nr. 122, Berlin/München 1988.*

*Werner W. Pommerehne + Bruno S. Frey, Musen und Märkte – Ansätze zu einer Ökonomistik der Kunst, München 1993*

*Hermann Rauhe, Christine Demmer (Hrsg.): Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst, Berlin / New York 1994.*

*Bernd Gaubinger: Die wirtschaftliche Bedeutung der Salzburger Festspiele. Eine Studie über Besucherstruktur und Umwegrentabilität, Salzburg 1998.*

*Peter Leimgruber: Wirtschaftliche Auswirkungen von Festivals, Beitrag im Handbuch Kulturmanagement, Lieferung Juli 2002, Düsseldorf 2002.*

Stand: 15. Januar 2005

*Franz Willnauer war von 1999 bis 2003 Intendant der Internationalen Beethovenfeste Bonn und davor in vergleichbaren Positionen bei den Salzburger Festspielen (1985 bis 1991) und beim Schleswig-Holstein Musik Festival (1995 bis 1998) tätig.*