

Klassik live im Kino - Untersuchung eines aktuellen Phänomens des Kulturbetriebes

Christina Suchi

1 Problemstellung und Zielsetzung

„It was a terrific production - the acting was amazing and the singers had such beautiful voices“ (Murray 2007).

Dies ist die Aussage von Gail DeFelice, einer begeisterten Besucherin von Bellinis Oper „I Puritani“, die am 6. Januar 2007 in der Metropolitan Opera (MET) zu sehen war. So oder so ähnlich werden sich wahrscheinlich viele Besucher nach der damaligen Aufführung in New York geäußert haben. In einem Punkt unterscheidet Gail sich jedoch von diesen: Statt in der New Yorker Metropolitan Opera befand sie sich zum Zeitpunkt der Aufführung im über 3.900 Kilometer entfernten Edmonton in Kanada. Wie ist es ihr trotzdem möglich gewesen, die obenstehende Aussage zu tätigen? Die Antwort auf diese Frage gibt der Ort, an dem sich Gail während der Aufführung befand: die Shopping-Mall „South Edmonton Common“, in der auch das Kino „Cineplex Odeon“ beheimatet ist. Denn in einem der Säle dieses Multiplex-Kinos war am 6. Januar 2007 nicht der aktuellste Blockbuster, sondern eine Liveübertragung von der Bühne der Metropolitan Opera zu sehen. So kann auch Gail DeFelice, ebenso wie Millionen anderer Kinobesucher weltweit, inzwischen von sich behaupten, einer Aufführung der Metropolitan Opera einmal „live“ beigewohnt zu haben. Dies bedeutet heutzutage jedoch nicht mehr zwangsläufig, dass sie hierfür das New Yorker Opernhaus besucht haben muss. Ausgehend von der Idee der Metropolitan Opera hat sich in den letzten acht Jahren ein eigener Markt für Liveübertragungen von Klassik in Kinos entwickelt, dem nach und nach immer mehr Opernhäuser, aber auch Ballettkompagnien und Orchester als Akteure beigetreten sind.

Grundlage für diese neue Veranstaltungsform sind zwei Entwicklungen, die auch den Kulturmarkt in den letzten zwei Jahrzehnten entscheidend beeinflusst haben: die Digitalisierung und die Eventisierung.

Mit den Liveübertragungen von Klassik in Kinos ist es der Metropolitan Opera vor acht Jahren als erstem Kulturbetrieb weltweit gelungen, diese zwei bestimmenden Phänomene unserer Zeit in einem Format zu vereinigen. Zwar wurde hierfür ein bereits seit Jahrzehnten existierendes Medium, das Kino, genutzt, das schon in den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts für „Affekt- und Erlebniserfahrungen“ (Hepp/Vogelsang 2000: 241) stand. Doch erst die technischen Gegebenheiten der heutigen Zeit machten es dem Kulturbetrieb möglich, dieses für ihre Zwecke zu verwenden. Der so entstandene „cultural hybrid (...) crosses the boundary between live and canned, high and low, real and virtual“ (Kennicott 2007) und hat sich in den letzten Jahren als kulturelles Phänomen herausgestellt, das sich immer mehr auf dem Klassikmarkt ausgebreitet hat (vgl. MacMillan 2009).

Gegenstand dieser Masterarbeit ist deshalb die Untersuchung der Liveübertragungen von klassischer Musik, Oper und Ballett in Kinos. Da es sich bei diesen Liveübertragungen um ein neues Phänomen des Klassikbetriebes handelt, existiert bis zum heutigen Zeitpunkt keine wissenschaftliche Grundlagenliteratur. Zwar wird das Thema in Fachzeitschriften und Feuilletons großer Tages- und Wochenzeitungen (gerade im englischsprachigen Raum) kontrovers diskutiert, eine wissenschaftliche Untersuchung gibt es jedoch lediglich durch eine einzelne amerikanische Studie, die sich aber nur mit wenigen Teilaspekten des Phänomens befasst (vgl. Opera America 2008).

Ziel der Untersuchung ist es deshalb, einen Überblick über das Phänomen der Klassikübertragungen zu geben und seine verschiedenen Facetten näher zu erläutern. Aufbauend auf den erarbeiteten Erkenntnissen stehen am Schluss der Arbeit neue Hypothesen, die als Anhaltspunkte für weitere qualitative und quantitative Forschungsprojekte dienen sollen.

Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung ist die These, dass Liveübertragungen von klassischer Musik, Oper und Ballett in Kinos eine neue, spezielle Veranstaltungsform des Kulturbetriebes darstellen.

2 Forschungsdesign

Zur Überprüfung der obenstehenden These wurde die wissenschaftliche Methode der Ethnografie eingesetzt. Die ethnografische Herangehensweise ist generell in die qualitative Forschung einzuordnen und zeichnet sich dadurch aus, dass sie induktiv angewendet wird. Als Basis dient

zumeist eine offen gefasste Forschungsfrage, die im Fall dieser Arbeit folgendermaßen lautet: „Wie funktioniert das Phänomen ‚Klassik live im Kino?‘“ Um diese Frage möglichst von allen Seiten betrachten zu können, kamen im Sinne einer Methodentriangulation neben der teilnehmenden Beobachtung auch die Methoden der Inhaltsanalyse und Befragung zum Einsatz. So konnten die Besonderheiten der Kinoübertragungen in Hinblick auf die aktuelle Marktsituation, Produktion & Vertrieb, Veranstalter, Werbemaßnahmen sowie Programm und Finanzen herausgearbeitet werden. Auch die nicht-monetären Ziele von Kulturbetrieb und Veranstalter sowie Reaktionen und Meinungen von Fachpresse, Kulturbetrieb und Künstlern zum Phänomen wurden beleuchtet. Anhand von Kurzinterviews mit Besuchern von Liveübertragungen konnten verschiedene Besuchsmotive dargestellt werden. Als praktischer Teil der Arbeit wurde schließlich eine vergleichende Diskussion der Beobachtung von fünf Liveübertragungen in deutschen Kinos durchgeführt, die auf die Fragen „Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bestehen in der Übertragungsgestaltung der beobachteten Kulturbetriebe?“, „Wie werden die Übertragungen von den veranstaltenden Kinos inszeniert?“ und „Welche Verhaltensweisen sind beim Publikum während der Übertragungen festzustellen?“ Antwort gibt.

2.1 Auswahl der Kulturbetriebe, Kinos und Übertragungen

Wichtigstes Kriterium bei der Auswahl der übertragenden Kulturbetriebe war der Live-Aspekt. Des Weiteren mussten alle übertragenden Kulturbetriebe eine Übertragungsreihe mit mehreren Vorstellungen in einer Saison vorweisen können, um von einer professionellen und routinierten Handhabung ausgehen zu können. Schließlich sollten innerhalb der teilnehmenden Beobachtungen Kulturbetriebe aus allen drei Sparten (Oper, Tanz, Konzert) einbezogen werden. Die Anzahl der beobachteten Liveübertragungen wurde auf Grund des vorgegebenen Umfangs der Arbeit auf fünf beschränkt. Nach Berücksichtigung aller Kriterien wurde schließlich jeweils eine Liveübertragung der Metropolitan Opera New York, des Bolschoi Theaters Moskau, des Royal Opera House London (ROH), der Opéra National de Paris und der Berliner Philharmoniker ausgewählt. Hierunter befanden sich zwei Opern, zwei Ballettaufführungen und ein Konzert.

Die Auswahl der fünf Übertragungskinos wurde mit Hilfe einer selbsterstellten Übersicht durchgeführt, in die zunächst alle Kinos eingetragen wurden, die in Deutschland Liveübertragungen aus einem oder

mehreren der ausgewählten Kulturbetriebe anbieten. Danach wurden anhand der Kategorien „Kinotyp“ (Kinokette/Independentkino), „Stadtgröße“ und „geografische Lage in Deutschland“ fünf Beobachtungsorte ausgewählt.

3 Ergebnisse (Auszüge)

Nach Analyse und eigener Erfahrung des Phänomens „Klassik live im Kino“ kann der zu Beginn aufgestellten These eindeutig zugestimmt werden. Das Neue und Spezielle des Veranstaltungsformats der Kinoübertragungen ist dabei in seiner Hybridität verankert. Auf der einen Seite stehen die jahrhundertealten Kunstformen Oper, Konzert und Ballett, auf der anderen Seite das erst seit Ende des 19. Jahrhunderts existierende Kino. Dieser Zusammenschluss aus Alt und Neu, Hochkultur und Mainstreamkultur ist der erste Grund, warum von einer neuen und speziellen Veranstaltungsform des Kulturbetriebes gesprochen werden kann. Darüber hinaus wird mit dieser das ansonsten vorherrschende Prinzip der Einheit von Ort, Zeit und Raum im Bereich der Klassikveranstaltungen aufgehoben. Auf Grund der vorliegenden Doppelregie (vgl. Heyer 2008: 600) durch Opernregisseur und Bildregisseur können die Liveübertragungen fast schon als „art form of its own“ (Wakin 2009) angesehen werden.

Hier setzt vielfach auch die Kritik an den Liveübertragungen von Klassik in Kinos an: Durch die Eingriffe der Bild- und Tonregisseure bekommt das Kinopublikum nicht mehr das ursprüngliche Geschehen auf der Bühne übermittelt. Dies und die im Kino nicht existente Verbindung zwischen Künstler und Publikum, Bühne und Zuschauerraum führen laut einigen Kritikern zum Verlust dessen, was Walter Benjamin mit dem Begriff „Aura“ bezeichnet hat (vgl. Heyer 2008: 601). Auf den Punkt gebracht hat diese Beobachtung der Kulturkritiker der New York Times, Zachary Woolfe, der einen Artikel mit dem bezeichnenden Satz „The Screen Can't Hear You When You Yell ‚Bravo‘“ übertitelte (vgl. Woolfe 2012b).

Doch neben exzellenter Bild- und Tonqualitäten können Liveübertragungen in Kinos dem Zuschauer etwas bieten, was andere digitale Medien nicht können: das Gefühl eines Gemeinschaftserlebnisses. Dieser Gemeinschaftsaspekt liefert den Kinoübertragungen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil vor anderen Medien, gerade dem Internet.

Auf Grund des Verhaltens der Besucher bei den beobachteten Liveübertragungen kann davon ausgegangen werden, dass diese die Klassikübertragungen als ein gleichwertiges Erlebnis zum herkömmlichen Opern- oder Konzerthausbesuch einstufen. Ein Indikator hierfür ist die in fast allen Fällen gewählte schicke Bekleidung der Kinobesucher. Diese Imitation eines „echten“ Klassikbesuches wird von den übertragenden Kinos durch entsprechende Raumgestaltung und gastronomische Angebote noch unterstützt. Ob dies im Sinne der Kulturbetriebe ist, die mit den Übertragungen gerade ein niederschwelliges Angebot für neue Besuchergruppen in bekannter Kinoumgebung schaffen wollen, sei an dieser Stelle dahingestellt. Die Kinos sehen die Liveübertragungen im Klassikbereich als zusätzliches Angebot in ihrem Portfolio, das auch auf Grund der hohen Eintrittspreise anders verkauft werden muss als der herkömmliche Kinobesuch. Im Besuchsverhalten der Kinozuschauer sind sowohl zwischen ländlichen als auch städtischen Gebiet sowie innerhalb der vertretenen Kunstsparten keine großen Unterschiede beobachtet worden. Ländliche Besucher gaben lediglich an, weniger bis gar keine herkömmlichen Vorstellungen in Opern- und Konzerthäusern zu besuchen. Alle anderen in den Kurzinterviews befragten Besucher nutzen die Kinoübertragungen eher als Ergänzungen zu ihren anderen Klassikbesuchen. Die Motive für den Besuch einer Kinoübertragung reichen dabei vom Gemeinschaftsaspekt, über das Image und die damit verbundene Qualität eines übertragenden Kulturbetriebes bis hin zur einfachen Erreichbarkeit der Kinos. Auffällig ist, dass sich die Besuchsmotivation dabei immer aus einer ganzen Anzahl von Gründen zusammensetzt. Im Gegensatz zum erklärten Ziel der Kulturbetriebe, neue Besuchergruppen mit den Liveübertragungen zu erreichen, konnte bei den fünf durchgeführten Beobachtungen aller Sparten aber nur ein Kinopublikum gesichtet werden, das in demografischer Hinsicht dem herkömmlichen Klassikpublikum ähnelt.

Verbesserungspotential konnte bei allen besuchten Übertragungen festgestellt werden, wobei gerade im Bereich der Werbemaßnahmen (außer bei der Metropolitan Opera) die meisten Defizite identifiziert wurden. Auch der Standard des Vor- und Pausenprogramms muss sich gerade beim Bolschoi Theater professionalisieren. Nachbesserungsbedarf ist auch bei den Live-Übersetzungen aller Kulturbetriebe zu sehen, welche in der heutigen Zeit der (schriftlichen) Simultanübersetzung kein Problem, sondern nur einen zusätzlich einzuplanenden Kostenfaktor darstellen sollten. Zudem sollten sich die übertragenden Kulturbetriebe die Frage stellen, ob eine Preisvorgabe an die Kinos nicht sinnvoll

wäre, da zumeist fehlende Ermäßigungen für die von den Kulturbetrieben anvisierte jüngere Besuchergruppe wohl eher abschreckend wirken mögen.

4 Ansatzpunkte zur weiteren Forschung

Die im Rahmen dieser Untersuchung durchgeführte Inhaltsanalyse sowie die Kurzbefragungen von Kinobesuchern und die vergleichende Diskussion der teilnehmenden Beobachtungen können lediglich als erste Grundlagenforschung zum Thema angesehen werden. Insgesamt bietet der Komplex der Liveübertragungen von Klassik in Kinos noch viele Aspekte, an denen weitere Forschungen sinnvoll anknüpfen könnten.

Zum einen könnte dies eine qualitative Besucherumfrage sein, die interessante Aussagen zur Struktur und Besuchsmotivation der Kinobesucher hervorbringen könnte. Zum anderen würde eine größer angelegte teilnehmende Beobachtung mit Erweiterung auf die Liveübertragungen anderer Kulturbetriebe und den internationalen Markt eventuelle Unterschiede im Besuchsverhalten der Zuschauer offensichtlich machen, von denen in der englischsprachigen Literatur in Teilen schon berichtet wird.

Um die Diskussion über die Auswirkungen der Übertragungen auf die lokalen Kulturbetriebe auf eine wissenschaftliche Basis zu stellen und damit Gewissheit über Nutzen und Schaden der Übertragungen zu erhalten, müsste eine weitere wissenschaftliche Studie durchgeführt werden, die jedoch bei den lokalen Kulturbetrieben anzusiedeln wäre. Zwar kann im Rahmen einer quantitativen Besucherbefragung bei den Kinobesuchern abgefragt werden, ob diese auch Aufführungen ihrer lokalen Kulturbetriebe besuchen und welchen Stellenwert diese Inszenierungen im Vergleich mit den Liveübertragungen für sie haben. Aspekte wie Zuschauerverringering oder -erhöhung auf Grund der Liveübertragungen können aber nur beim jeweilig betroffenen Kulturbetrieb untersucht werden.

Auch qualitative Interviews mit den übertragenden Kulturbetrieben und Kinos könnten als Methode bei einer weiterführenden Studie eingesetzt werden, gerade um die Motivation zur Veranstaltung der Liveübertragungen anhand von Primärquellen zu überprüfen und gegebenenfalls zu ergänzen. Im Gegensatz dazu könnten qualitative Interviews mit Aussagen von Kulturbetrieben und Kinos stehen, die sich bewusst nicht für Liveübertragungen entschieden haben.

Schlussendlich bieten die einführenden Kapitel der Arbeit die Möglichkeit, tiefergehende Inhaltsanalysen insbesondere in Hinblick auf finanzielle Aspekte und Werbemaßnahmen durchzuführen.

5 Schlussbetrachtungen und Ausblick

Bewusst wurde für den Titel dieser Masterarbeit der Begriff „Phänomen“ als Beschreibung der Liveübertragungen von Klassik in Kinos gewählt. Denn obwohl diese bereits seit acht Jahren existieren und zahlreiche Kulturbetriebe die Übertragungen fest in ihren Saisonplanungen verankert haben, werden diese, ebenso wie ihr Einfluss auf den Klassikmarkt, noch immer kontrovers diskutiert. Unweigerlich stellt sich deshalb die Frage, wie die Zukunft der Liveübertragungen von Klassik in Kinos wohl aussehen mag. Die gleichen Überlegungen stellte bereits der Kritiker des Daily Telegraph, Rupert Christiansen, in einem Artikel im Jahr 2008 an und kam zum damaligen Zeitpunkt zu dem Schluss, dass der Markt der Liveübertragungen zwar noch Raum für Wachstum biete, aber eben auch nicht unbegrenzt groß sei (vgl. Christiansen 2008a). Sechs Jahre nach diesem Artikel hat sich die Anzahl der Kulturanbieter auf dem Markt um ein Vielfaches erhöht. Proportional dazu hat eine weltweite Ausbreitung des Phänomens auf tausende Kinoleinwände stattgefunden, wobei Deutschland einen der wichtigsten Märkte darstellt.

Angesichts dieses enormen Wachstums muss im Jahr 2014 davon ausgegangen werden, dass der Markt für Liveübertragungen in Kinos inzwischen gesättigt ist. Zwar werden viele Kulturbetriebe weiterhin auf Einzelübertragungen besonderer Aufführungen setzen, Neueinsteiger in den Markt ganzer Übertragungssaisons wird es aber schätzungsweise kaum geben. Hierfür sprechen Indikatoren wie Besucherzuspruch, finanzielle Möglichkeiten der Kulturbetriebe bei der Deckung der Anlaufkosten und das nötige Vorweisen eines künstlerisch hohen Renommées, die im Laufe dieser Untersuchung festgestellt werden konnten.

Auf Seiten der Kinos berichten Verantwortliche einer großen deutschen Kinokette von aktuellen „Ermüdungserscheinungen“ im Bereich des „Alternative Content“, was auch an einer Inflation von hochwertigen klassischen Angeboten liege. Zudem werden die übertragenden Kinos wohl kaum Vertrauen in neue Anbieter setzen, wenn noch nicht einmal bei den Übertragungen etablierter Kulturbetriebe der ökonomische Output für die Kinos als sicher gilt. Bedacht werden muss in dieser

Hinsicht jedoch, dass sowohl die Kinos als auch die Kulturbetriebe mit den Übertragungen nicht nur finanzielle, sondern auch diverse andere Ziele verfolgen. Deshalb wird laut Aussage der Verantwortlichen einer großen deutschen Kinokette der gesamte Bereich des „Alternative Content“ wichtiger Bestandteil des Kinos bleiben.

Dennoch ist es bei der jetzigen Marktsituation kaum denkbar, dass weitere Anbieter aus dem Klassikbereich diesen in der kommenden Zeit betreten werden. Vielmehr wird der nächste große Impuls wohl von 3D-Übertragungen ausgehen, mit denen das Mariinsky-Ballett Anfang Juni 2013 bereits erste Erfolge in der Sparte der Ballett-Liveübertragungen verzeichnen konnte. Interne Unterlagen einer großen deutschen Kinokette prognostizieren für die Zukunft ein breiteres Angebot von unterschiedlichen Veranstaltungen aus dem Kulturbereich, wie dies mit Kinoübertragungen von Kunstausstellungen, Theater und Comedy zum Teil jetzt schon der Fall ist. Auf lange Sicht gesehen wird es wohl eher fraglich sein, ob sich mit den aktuell beobachteten Besucherzahlen alle Übertragungsanbieter im Klassikbereich auf dem Markt werden halten können.

Wenn also aktuell von einer Sättigung des Markts der Liveübertragungen von Klassik in Kinos ausgegangen werden muss, bleibt abschließend die Frage, wie deutsche Kulturbetriebe mit dem Phänomen umgehen sollen und ob sie eventuell auch Vorteile aus diesem ziehen könnten. Prinzipiell kann zum jetzigen Zeitpunkt vermutet werden, dass die Kinoübertragungen keinen negativen Einfluss auf die Besucherzahlen herkömmlicher Kulturbetriebe haben. Vielleicht ist es nach acht Jahren nun deshalb an der Zeit, dass der deutsche Kulturbetrieb sich gegenüber der Möglichkeiten von Kinoübertragungen öffnet und Potentiale im Bereich des Cross-Marketings nutzt, wie dies gerade im nord-amerikanischen Raum bereits seit Jahren der Fall ist.

Abschließend betrachtet ist mit den Liveübertragungen von Oper, Konzert und Ballett in Kinos eine neue Veranstaltungsform im Kulturbereich entstanden, die bis heute zwar nicht alle ihre ausgerufenen Ziele erreicht, aber mit der Verbindung und Nutzung alter und neuer Medien ihren Anteil zur Modernisierung des Klassikmarktes beiträgt. Man darf gespannt sein, wie sich der Markt der Liveübertragungen in den nächsten Jahren entwickelt und wann aus dem „Phänomen“ eine allgemein akzeptierte Veranstaltungsform des Kulturbetriebs werden wird.

Literaturverzeichnis

- CHRISTIANSEN, RUPERT (2008a): Opera enters a whole new aria. In: <http://www.telegraph.co.uk/culture/music/opera/3557375/Opera-enters-a-whole-new-aria.html> (23.05.2013).
- HEPP, ANDREAS / WALDEMAR VOGELSANG (2000): Kino als Medien-Event. Dargestellt am Beispiel des Films „Titanic“. In: Gebhardt, Winfried / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen, S. 239-259.
- HEYER, PAUL (2008): Live from the Met: Digital Broadcast Cinema, Medium Theory, and Opera for the Masses. In: Canadian Journal of Communication, H. 4, S. 591-604.
- KENNICOTT, PHILIP (2007): Tchaikovsky Goes to the Cineplex. In: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/02/23/AR2007022301846.html> (05.06.2013).
- MACMILLAN, KYLE (2008): Met beams operas to big screens for a third year. In: http://www.denverpost.com/ci_10502447 (04.06.2013).
- MURRAY, TOM (2007): Little extras make up for lack of atmosphere when opera hits screen. In: <http://www.canada.com/story.html?id=f8ca5b24-c5a3-44a3-b27a-d3bb1b6a0a5e> (10.07.2013).
- OPERA AMERICA (Hrsg.) (2008): The Metropolitan Opera Live In HD: Who Attends, and Why?. In: Opera America Magazine, Herbst 2008, S. 38-44.
- WAKIN, DANIEL J. (2009): Verdi With Popcorn, and Trepidation. In: http://www.nytimes.com/2009/02/15/arts/music/15waki.html?pagewanted=all&_r=0 (11.06.2013).
- WOOLFE, ZACHARY (2012b): The Screen Can't Hear When You Yell ‚Bravo‘. In: <http://www.nytimes.com/2012/05/06/arts/music/met-operas-live-in-hd-series-outside-of-new-york.html?adxnml=1&pagewanted=all&adxnmlx=1370426458-mPY6LdqPkHlhdyKwzig2g> (05.06.2013).

Christina Suchi studierte Kulturwissenschaft & Kulturmanagement an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg (M.A.), Carnegie Mellon University Pittsburgh und HUMAK University of Applied Sciences Turku sowie Angewandte Kulturwissenschaften und Betriebswirtschaftslehre an der Leuphana Universität Lüneburg (B.A.). Zurzeit ist sie als Mitarbeiterin des Kulturamts der Stadt Fellbach tätig.