

Marke Musikfest

VON SUSANNE BENDA

Noch schlägt sich der Aufwärtstrend nicht in Zahlen nieder. Aber die positive, ja oft fast euphorische Stimmung beim Publikum zeigt: Hans-Christoph Rademann ist angekommen in der Stadt. Für Stuttgart ist das ein Glück, da dieser Dirigent genug Ideen und Profil hat, um die Metropole nach außen strahlen zu lassen. Wenn die Stadt diesen Glanz will, sollte sie sich allerdings entsprechend zu ihrem neuen Aushängeschild und seinem Festival bekennen – auch finanziell. Die Bachakademie ihrerseits muss Wege finden, die Marke Musikfest zu etablieren, das Profil des Festivals zu schärfen und neue Besucher zu gewinnen, ohne die alten zu vergraulen.

Die Kooperation mit Unternehmen in Stadt und Region kann ein Schritt hin zu diesen Zielen sein. Der zweite, größere hat mit Qualität und mit Exzellenz zu tun – und mit den Ensembles, die zurzeit im Umbruch sind. Vor allem beim Bach-Collegium dürfte es noch dauern, bis eine wirklich zufriedenstellende Homogenisierung erreicht ist. Und wenn Hans-Christoph Rademann seinen Traum wahr macht und ein historisch informiertes Ensemble mit alten Instrumenten in Stuttgart installiert, wird bei diesem lange überfälligen ästhetischen Umbruch Vermittlungsarbeit zu leisten sein. Es gibt viel zu tun, aber zum steinigen Weg gibt es keine Alternative.

s.benda@stn.zgs.de
