

25. August 2006

Zuckerbrot und Peitsche

kulturklub^{HH}: Designerter Elbphilharmonie-Chef stellte sich der Szene. Christoph Lieben-Seutter verriet Pläne, Wünsche und Vorstellungen - ließ sich aber nicht in die Karten schauen.

Von Bettina Brinker

Hamburg -

"Ein Büro über dem Hamburger Hafen - das hat mich gereizt, von Wien nach Hamburg zu kommen." Christoph Lieben-Seutter grinst. Natürlich war das nicht ausschlaggebend dafür, den sicheren Posten als Wiener Konzerthaus-Chef für das Risiko der Intendanz der noch nicht gebauten Elbphilharmonie aufzugeben.

Er weiß auch, dass ihm das niemand im Stage Club der Neuen Flora glaubt, wo er sich beim "Kulturklub HH" 250 Künstlern und Kulturexperten vorstellte - darunter Michael Göring ("Zeit"-Stiftung), Thomas Casura (Schweizer Generalkonsulat), Birgit Kassovic (Schwedisches Generalkonsulat), Hermann Rauhe (Ehrenpräsident der Musikhochschule), Gereon Röckrath (Laeiszhalle), Armin Sandig (Akademie der Künste) und Galerist Thomas Levy.

Natürlich hat Lieben-Seutter längst analysiert und sondiert, bevor er zugesagt hat.

"Nach zehn Jahren in Wien ist es Zeit, woanders hinzugehen", erklärt er im Verlauf des Abends, den die Kulturklub-Gastgeber Catarina Felixmüller (NDR 90,3) und Hans-Juergen Fink (Hamburger Abendblatt) moderierten. "Ich habe hier die Möglichkeit, etwas ganz Neues aufzubauen, das ist die Herausforderung." Sätze, die jeder von ihm erwartet. Was der 42-Jährige (noch) nicht sagen will, das sagt er auch nicht. Und verrät gerade dadurch viel über sich selbst.

Er ist einer, der sich nicht beirren lässt. Der seine Ziele klar verfolgt und der bei aller Vorfremde genau weiß, was er will und was ihn erwartet. Er nimmt kein Blatt vor den Mund und schafft es dabei immer wieder vortrefflich, unangenehme Wahrheiten verbindlich zu verpacken. Seine Gesprächsstrategie: Zuckerbrot und Peitsche.

"Ich bin ja ein absoluter Grünschnabel hier. Seitdem ich meinen Vertrag unterschrieben habe, bin ich jetzt den vierten Tag in Hamburg. Und ich bin begeistert, dass es Buxtehude wirklich gibt." Wieder dieses Grinsen. "Ich habe mich gewundert, wie die Hamburger ihr Musikleben runtermachen. Es ist ja schon vieles da." - Und dann zählt er auf, was ihm hier fehlt: "Ein 1-A-Orchester. Das NDR Sinfonieorchester finde ich wunderbar, aber in Berlin oder München siehts besser aus." Es fehle auch eine Vielfalt, ein breiter Sockel an interessanten Kammermusik-, Liederabend- oder Klaviermusik-Reihen. Und die ganz großen Gastorchester vermisst Lieben-Seutter.

"Jeder kocht seine Suppe. Das reicht nicht aus, um ein neues Publikum zu erreichen." Das könne man nur mit gutem Marketing, moderner PR, Corporate Identity, funktionierenden Vertriebswegen, Internetpräsenz - "eben das, was jeder Reiseveranstalter weiß". Doch das kostet Geld. Von den Tricks, mit denen er neue Zuhörer gewinnen will, verrät Lieben-Seutter nur ein paar: Man könne sich mit Mobilfunk- oder Kreditkartenanbietern zusammentun, um auf die Zielgruppe gemünzte Angebote zu entwickeln.

Davon könnten auch private Konzertanbieter profitieren. "Veranstalten, die auf eigene Rechnung teure Konzerte anbieten, sind die Hände gebunden, was Strategien zur

Publikumsgenerierung angeht. Da könnte man sich ergänzen", erklärt Lieben-Seutter auf die Frage, ob er seitens der privaten Veranstalter schon kräftig Gegenwind spüre. "Das heißt aber nicht, dass ich alles, was sich rechnet, den Privaten überlasse und nur mache, was sich schlecht verkaufen lässt."

Kleine Unstimmigkeiten, die es ebenfalls noch zu beheben gilt, sind in Hamburgs Orchesterszene zu beobachten. "Es sind nicht alle gleich glücklich", spielt Lieben-Seutter auf die Inthronisierung des NDR-Orchesters als Hausorchester an. "Aber ich habe schon mit Simone Young besprochen, dass die Philharmoniker auch eine große Rolle in der Elbphilharmonie spielen sollen." Und die Symphoniker, rutscht ihm heraus, sollen offenbar "Residenzorchester der Laeiszhalle" werden.

Neben der Profilschärfung beider Hallen sei auch die Gestaltung der Ticketpreise zu überdenken. Nicht jeder, der das vage Verlangen verspüre, eine Bruckner-Sinfonie kennenzulernen, wird dafür 50 Euro zahlen: "In Wien haben wir den wunderbaren Stehplatz, da kommt man für drei Euro in die Opernpremiere mit Anna Netrebko. Aber das braucht Tradition."

Für die Elbphilharmonie stellt sich Lieben-Seutter Einsteigerangebote vor. "Ich möchte nicht, dass ein Besuch der Elbphilharmonie nur die Freizeitbeschäftigung der Reichen und Schönen ist." Und er will die Qualität der Konzerte sichern: Eine "miese Kreischerei zu sauteuren Preisen" werde es mit ihm nicht geben. Und was gibt es dann? Zum Beispiel zur Eröffnung 2009? "Ich nehme an, dass das NDR-Sinfonieorchester das Eröffnungskonzert bestreiten wird", sagt er. Mehr nicht. Man munkelt, dass Mahlers 8. Sinfonie gespielt werden soll. Wissen die Hamburger da womöglich schon mehr als ihr neuer Intendant!? Vielleicht. Aber er ist ja auch noch nicht im Hafen angekommen.

kulturklub^{HH} auf **NDR 90,3**: Sa, 26.8., ab 19.05-20.00 Uhr.

DIE  **WELT.de**

"Da habe ich Magenschmerzen"

Der künftige Intendant Christoph Lieben-Seutter gibt einige unbequeme Antworten zur Elbphilharmonie.

Von Katja Engler



Wechsel: Christoph Lieben-Seutter kommt von Wien nach Hamburg (Foto: pa/dpa)

Schönreden ist ein bewährtes Mittel in der Politik, vor allem wenn es darum geht, die Realisierung eines Projekts voranzutreiben. In die bisher allseits demonstrierte Zuversicht, der Kostenrahmen für die Elbphilharmonie würde eingehalten, wollte

Christoph Lieben-Seutter, der künftige Intendant des Konzerthauses, in einer Diskussion am Mittwoch Abend nicht mehr einscheren.

Als in der "Kulturklub"-Talkrunde die Frage aufkam, ob die Betriebskosten von 3,6 Millionen Euro jährlich wirklich realistisch seien, kam seine überraschende Antwort: "Da habe ich ein bisschen Magenschmerzen. Wir wissen noch gar nicht, was das alles wirklich kosten wird." Der 42 Jahre alte Wiener sagte, er habe die Zahlen in der Machbarkeitsstudie, auf der diese Zahl beruht, noch einmal durchgerechnet und sei teilweise zu anderen Ergebnissen gekommen. "Wenn es nicht reicht, muss ich mehr privates Geld beschaffen. Wenn die Säle gut ausgelastet sind, werden wir keine Sorgen haben." Das wirft neue Fragen auf, zum Beispiel die, wer das Minus auffängt, wenn die Säle nicht ausgelastet sind - was einige private Veranstalter befürchten.

Auf die Innenräume angesprochen, stellte Lieben-Seutter fest, dass sie für die vielen geplanten Aktivitäten in der Musikerziehung (education) "bei weitem nicht für alles geeignet sind. Aber die Planungen sind da schon fertig, denn die Investoren haben die Unterlagen ja bereits erhalten."

Was aber sonst die bisher geleistete Arbeit angehe, zum Beispiel im Hinblick auf Hinterbühnenräume, Gänge und Weglängen, "ist das im Großen und Ganzen in hohem Maße sinnvoll", sagte Lieben-Seutter.

Bei den einzelnen Orchestern, Vereinen und Einrichtungen - "alles einzelne Player, die ihre eigene Suppe kochen" - da gebe es noch viel Arbeit: "Die bisherigen Aktivitäten reichen nicht aus, um ein neues Publikum zu gewinnen. Da muss man mehr tun. Gemeinsam können wir stärker sein, zum Beispiel durch ein gemeinsames Marketing und Öffentlichkeitsarbeit."

Was das Image der Halle angeht, so hat Lieben-Seutter klare Zielvorstellungen: Die Elbphilharmonie solle kein Konzertsaal für die oberen Zehntausend werden, "es muss Einsteigerangebote geben, und man soll für wenig Geld Konzerte besuchen können, da müssen wir uns was einfallen lassen."

Auch dass auf Biegen oder Brechen die Kasse stimmen müsse, könne sein Ziel nicht sein: "Das Publikum bindet sich an einen Veranstaltungsort. Da wächst Vertrauen, dass an diesem Ort tolle Dinge passieren. Wenn ein Konzert dann schlecht ist, wird das nicht dem Veranstalter angekreidet, sondern der Konzerthalle." Sprich: Nicht jede Veranstaltung wird in die Halle kommen, auch nicht, wenn sie Geld bringt.

Und bei aller Elbphilharmonie-Begeisterung will er die Laeiszhalle nicht vernachlässigen: "Ich habe ganz stark vor, die Laeiszhalle gut zu positionieren. Die ist nicht für das billige Gemüse da."

Artikel erschienen am Fr, 25. August 2006