



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG

Pressemeldung

Klassik-Konzerte müssen sich erneuern

Heidelberg, 01.12.2014 Das klassische Konzert hat unbestritten das Potenzial, auch in Zukunft sein Publikum zu erreichen und damit eine zentrale kulturelle Säule in der Gesellschaft zu bleiben. Um dies zu erreichen, muss sich der klassische Konzertbetrieb allerdings mit veränderten Formaten beschäftigen, sich neuen Zielgruppen öffnen und insgesamt flexibler auf Trends und Entwicklungen, wie beispielsweise die fortschreitende Digitalisierung, reagieren. Außerdem wird es entscheidend darum gehen, Innovationen mit Bewährtem zu verbinden.

Dies sind Kernergebnisse des Forschungsprojekts "Klassik-Konzert 2025", einer gemeinsamen Innovationsstudie des Festivalveranstalters Heidelberger Frühling GmbH, der Popakademie Baden-Württemberg GmbH in Mannheim und der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH. Übergeordnete Zielsetzung des Projekts war es, vor dem Hintergrund des demografischen, gesellschaftlichen und kulturellen Wandels neue, zukunftsfähige Konzepte und Strategien für die Veranstalter von klassischen Musikfestivals zu identifizieren.

Im Detail zeigt die Studie zunächst, dass der klassische Konzertbetrieb allen Herausforderungen und Veränderungen zum Trotz als eine wichtige Konstante in der Kulturlandschaft Deutschlands erachtet wird. Gerade das Klassik-Konzert lebt und profitiert nicht zuletzt von der "Einzigartigkeit des Live-Moments", welcher das Potenzial hat, Zuschauer in seinen Bann zu ziehen. Doch besteht nach Ansicht der an der Studie teilnehmenden Experten auch dringender Bedarf nach Veränderung: Es gilt, statische Konventionen, festgefahrene Strukturen sowie Wissensbarrieren aufzubrechen, um künftig neue und vor allem jüngere Zielgruppen für Klassik-Konzerte zu gewinnen.

Ein weiteres Ergebnis der Studie: Die Art und Weise, wie der Klassikbetrieb der zunehmenden Digitalisierung aller gesellschaftlichen Lebensbereiche begegnet, wird eine Schlüsselrolle einnehmen. Einerseits wird die Digitalisierung den Wunsch des Publikums nach "analogen", beziehungsweise realen (Communitas-)Ereignissen weiter stärken. Andererseits muss der Konzertbetrieb erheblich stärker als bisher Chancen und Potenziale der Digitalisierung erforschen und erkennen und diese sinnvoll und zielgruppengerecht in alle Bereiche (zum Beispiel Formate, Räume, Interaktion und Kommunikation mit dem Publikum, etc.) integrieren. In diesem Sinne fordern die befragten Experten künftig mehr Freiräume für Experimente sowie den Mut zu Neuem von allen relevanten Beteiligten des Klassikbetriebs, ohne dabei die Stärken bewährter Formate und Prozesse aus den Augen zu verlieren.

Für die Studie führte die GIM gemeinsam mit der Pop-Akademie Mannheim im Oktober 2014 ganztägige Innovations-Workshops mit Experten aus dem nationalen Kulturbetrieb durch (junge Kulturschaffende aus kreativ-populären Disziplinen einerseits sowie Vertreter des etablierten Klassikbetriebs andererseits). Die inhaltliche Basis für diese Innovationsstudie wurde bereits im Frühjahr 2014 gelegt mit der Heidelberg Music Conference – dem Themenkongress des internationalen Musikfestivals “Heidelberger Frühling”. Seinerzeit führte die GIM unter etwa 150 namenhaften Personen aus dem Kulturbetrieb eine erste Befragung durch, deren Resultate in die Workshop-Konzeption integriert wurden.

Hinweis für die Redaktion

Kontakt:

Frank Luschnat

Tel.: +49 (0)6221 83 28 – 85

Mobil: +49 (0)162 25 25 923

Mail: f.luschnat@g-i-m.com

www.g-i-m.com