



Als der Jazzchor Freiburg 2019 für sein Fusion-Jazz-Programm «Infusion» mit Spritzen posierte, ahnte noch niemand etwas von der Corona-Pandemie und vom Impfstau 2021, der nicht zuletzt auch das Konzertleben aufhält

Foto: Fotografin Lisa

In Zeiten der Pandemie müssen Agenturen für Vokalmusik reaktiv statt wie sonst proaktiv arbeiten. Der Konzertbetrieb ist zum Verschiebebahnhof geworden

Keine bevorstehenden Ereignisse?

Veransterakquise, KünstlerInnenmanagement, Konzertbuchungen, Gagen- und Vertragsverhandlungen, Terminkoordination, Tourplanung, Pressearbeit, Social Media, Branchentreffen: Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation. Das war der normale Alltag einer jeden Konzertagentur. War – denn seit März 2020 ist vieles anders. Die Pandemie trifft die Veranstaltungsbranche wie kaum eine andere. Behördliche Vorgaben, Beschränkungen und Verbote verändern laufend die Rahmenbedingungen und sind der alles beherrschende Faktor: Aus proaktiven wurden so überwiegend reaktive Tätigkeiten.

«Man kommt sich vor, als würde man gegen sich selbst arbeiten», erzählen Teresa Frick und Tobias Ebel von der Stuttgarter Konzertagentur Esslinger. Denn: «Verschieben ist nun das Zauberwort», wie Jana-Marie Eberhardt von der eberhardt konzertagentur aus Leipzig grif-



fig formuliert. Frick und Ebel ergänzen: «Es ist nicht nur zermürend, Konzerte zum zweiten oder dritten Mal zu verlegen, diese Arbeit erfolgt aufgrund des bestehenden Vergütungssystems für Agenten zudem ohne Entgelt.» Einen positiven Nebeneffekt benennt Eberhardt aber auch: Nach ihrer Erfahrung ist durch die Pandemie der Kontakt mit den VeranstalterInnen viel persönlicher geworden. «Man rückt einfach näher zusammen und berichtet schon mal von seinen persönlichen Empfindungen und von der privaten Situation. Man baut sich gegenseitig auf, wenn es notwendig ist.» Auch Catherine Mayer von Just Jazz International aus Köln berichtet erfreut, dass ihre Veranstalter grundsätzlich versuchen, Konzerte zu verlegen und nicht abzusagen und deshalb auch die bereits geleisteten Vorauszahlungen, die die KünstlerInnen momentan über Wasser halten, nicht zurückfordern: «Es ist Solidarität vorhanden.»

Das stellt sich für Peter Martin Jacob und Andrea Heister von magenta Artists aus Mannheim ganz anders dar: «Die Erreichbarkeit von Veranstaltern ist, oft bedingt durch Kurzarbeit und/oder Homeoffice, sehr schlecht. Auch die Antwortquote bei Anfragen per E-Mail ist sehr gering, sodass es fast gar keinen Austausch mehr gibt.» Allein die Newsletter, die magenta Artists regelmäßig an ihren Veranstalter-Pool senden, werden heute um etwa 70 Prozent weniger gelesen als vor der Pandemie. Und auch von KünstlerInnen mussten sich die beiden trennen: «Es gibt Bands, die sich aufgelöst haben oder sich im Laufe des Jahres auflösen werden, da die SängerInnen während der Pandemie teils zurück in ihre anderen, ursprünglich erlernten Berufe gegangen sind oder andere Tätigkeiten aufgenommen haben.» Aber nicht nur die KünstlerInnen treffen harte Entscheidungen: «Wir haben als Agentur zudem unser Portfolio unter dem wirtschaftlichen Aspekt geprüft und nach einer Evaluation die Exklusiv-Verträge mit einigen unserer KünstlerInnen aufgehoben.» Das scheint aber – zumindest für den Moment – eher die Ausnahme zu sein. Andere Agenturen berichten sogar von Zuwächsen im Portfolio.

NICHT MEHR SELBSTVERSTÄNDLICH: REISEN IN EUROPA

Und wie steht es um die Buchungsfreudigkeit der Veranstalter für Konzerte in der Saison 2021/2022? Eine Rückkehr des Publikums wird von vielen Spielstätten mit bestenfalls verhaltenem Optimismus erwartet, berichten Frick und Ebel. Sie stellen zudem fest, dass einige Veranstalter eine spürbare Zurückhaltung ausländischen KünstlerInnen gegenüber an den Tag legen.

Die Sorge, dass KünstlerInnen aufgrund von Reisebeschränkungen und Quarantäneregeln nicht einreisen können, ist seit dem vermehrten Auftreten von Virusmutationen definitiv gewachsen. Unklar bleibt in diesem Zusammenhang auch die Frage, ob und wie sich bis zur Normalisierung der Lage grenzübergreifende Tourneen realisieren lassen. «Etwas, das immer selbstverständlich war, nämlich sich frei in Europa bewegen zu können, ist plötzlich in Frage gestellt», führen Frick und Ebel aus. «Und der Brexit legt noch eine Schippe oben drauf ...».

MEHR ARBEITEN MÜSSEN FÜR DIE GLEICHEN GAGEN

Der Veranstaltungsmarkt verändert sich, das wird aus vielen Antworten deutlich. Nicole Brothánek von E&P Brothánek aus dem ostbayerischen Burglengenfeld beobachtet, dass Veranstalter weniger risikobereit sind: «Viele bestehen auf sogenannte Coronaklauseln im Vertrag.» Das bedeutet: Weniger Publikum = weniger Gage. Damit werden die wirtschaftlichen Risiken möglicher behördlicher Beschränkungen auf die KünstlerInnen verschoben – keine ganz neue Entwicklung: «Als es zwischen den Lockdowns Konzerte gab, war es ja eh schon Usus geworden, zwei kürzere Konzerte für ein Honorar zu singen», berichtet Wolfram Kössler von der Konzertdirektion Kössler aus Hannover. Die Veranstalter versuchten so, die Umsatzeinbußen durch die reduzierte Publikumsauslastung zu kompensieren. «Für die KünstlerInnen jedoch ging und geht es natürlich um jeden Euro.» Catherine Mayer zeigt sich besonders von einigen Veranstaltern enttäuscht, die allen Subventionen zum Trotz versuchen, die Gagen zu drücken. «Künstler werden mehr arbeiten müssen, um die gleichen Einnahmen zu haben.» Auf ein weiteres Problem auf der Einnahmenseite weisen Frick und Ebel von der konzertagentur esslinger hin: Einzelne Sponsoren ziehen sich nach ihren Beobachtungen zurück – aus Angst, am Ende des Tages ein Superspreading-Event unterstützt zu haben. «Und ob diese Sponsoren nach der Pandemie zurückkehren, bleibt abzuwarten.»

Die Frage nach möglichen Langzeitschäden im Konzertbetrieb speziell der Vokalmusikszene beantworten die Agenturen recht unterschiedlich. Während einige eher skeptisch in die Zukunft blicken und die zunehmend prekäre Situation von Konzerthäusern und Ensembles mit Sorge betrachten, sind andere durchaus frohen Mutes, dass die große Begeisterung für Vokalkonzerte die Pandemie letztlich überleben

← Fortsetzung von S. 32

wird. Tobias Rosenthal von Rosenthal Musikmanagement aus Leipzig hofft darüber hinaus, dass an historische Orte wie Kirchen und Schlösser nicht die gleichen Anforderungen zum Beispiel in Bezug auf Lüftung et cetera gestellt werden und diese in Zukunft weiter als Konzertorte in Frage kommen. Für Jana-Maria Eberhardt werden vor allem die jungen, unbekannteren KünstlerInnen und Ensembles und, damit oft einhergehend, die innovativen Formate zumindest in nächster Zeit die Leidtragenden der aktuellen Entwicklungen sein.

Sind also Onlinekonzerte die Lösung? Atmosphärisch sicher nicht, da herrscht große Einigkeit. Doch das ist keineswegs das einzige Problem: «Leider haben sich viele Künstler diesen Markt selber sabotiert, indem sie kostenlose Konzerte gespielt und somit Content «verschenkt» haben», moniert Mayer. Eberhardt hätte sich sogar komplette Stille gewünscht: «Eine Zeit lang – inmitten der Flut von Streamingkonzerten und Onlineangeboten – dachte ich, es wäre besser gewesen, völlig zu schweigen, damit die Welt spürt, wie es so ganz ohne Kunst und Kultur ist.» Rosenthal stuft Streamingkonzerte für Ensembles eher als Marketinginstrument ein, um den Kontakt zum Publikum nicht zu verlieren, und ergänzt: «Ich könnte mir vorstellen, dass das Streamen perspektivisch ein Zusatzangebot wird.» Damit könnten auch diejenigen Interessierten erreicht werden, die nicht zum Veranstaltungsort kommen können. Das eigentliche Konzert mit «echtem» Publikum bleibe aber die Keimzelle.

KEINE ALTERNATIVE ZUM WEITERMACHEN

Und dennoch bleiben die meisten Agenturen optimistisch. «Es gibt doch keine Alternative zum Weitermachen – schließlich leben wir auch für diese wundervolle Kunst!», sind sich Frick und Ebel einig. Auch Mayer will und wird weiterkämpfen, schon um die trotz Corona-Hilfen angehäuften Schulden abzubauen zu können: «Mein persönliches Pensionsalter wird sich um circa fünf bis sieben Jahre nach hinten schieben.» Nicole Brothánek nutzt die Zeit derweil für die Entwicklung eines neuen Logos und einer neuen Website; in Zukunft wird ihre Agentur Die Musikagentin heißen. Auch magenta Artists befindet sich inmitten einer strategischen Neuausrichtung als Multi-Genre-Agentur. Medial sind alle unterwegs – gezwungenermaßen. «Inzwischen gehören Zoom- oder Skype-Meetings zum normalen Tagesablauf», erzählt Tobias Rosenthal. «In den sozialen Medien gibt es genügend zu tun – aber

Konzertagenturen renommierter Vokalmusikensembles

- **konzertagentur esslinger, Stuttgart**

Jazzchor Freiburg, Figure Humaine Kammerchor, Calmus Ensemble, Singer Pur, Rajaton, Voces8 u. a.

www.konzertagentur.de

- **Konzertdirektion Kössler, Hannover**

Knabenchor Hannover, Chanticleer u. a.

www.kdkoessler.de

- **Just Jazz International, Köln**

New York Voices, Take 6, Manhattan Transfer, Accent u. a.

www.justjazz.de

- **eberhardt konzertagentur, Leipzig**

Sjaella, German Gents, Slixs, Mädchenchor der Schola Cantorum Leipzig u. a.

www.konzertagentur-leipzig.de

- **magenta Artists, Mannheim**

Onair, The Real Group, The Swingles, anders, Gretchens Antwort u. a.

www.magenta-concerts.de

- **E&P Brothánek, Burglengenfeld**

Maybebop, medlz, str8voices, sub5

www.eandp.de

- **Rosenthal Musikmanagement, Leipzig**

amarcord u. a.

www.rmm-leipzig.de

so langsam ist jeder Mitarbeiter in jedem Medium vorgestellt und jede noch so spannende Hintergrundgeschichte erzählt», ergänzt Kössler.

Mein positives Fazit aus den Rückmeldungen zu meiner Umfrage: Es gibt sie noch, die Konzertagenturen! Sie sind noch da, die vertrauten AnsprechpartnerInnen – und sie alle sind bereit, sich bei den leisesten Anzeichen für ein wiederbeginnendes Konzertgeschehen in die Arbeit zu stürzen. Für uns, das ausgehungerte Konzertpublikum!

Die Autorin singt im Jazzchor Freiburg, ist im Vorstand der Deutschen Chorjugend aktiv, betreibt den Vokal-Blog Ninas VoxBox und ist Mitbegründerin des Black Forest Voices Festivals.