

„Da ist etwas passiert“

Keine Experimente: Nach der Krise sparen die Menschen bei Kulturtickets oder setzen auf Marken

Der Blick in die Kristallkugel zeigt: Jungen Künstlertalenten stehen harte Zeiten bevor. Denn gerade der Musiker-, Schauspieler- oder Kabarettisten-Nachwuchs verdient sich seine ersten Sporen zunächst auf den Bühnen kleiner Häuser. Genau die durchleben aber aktuell eine schwere Zeit, weil sie weniger Tickets verkaufen – eine Folge der Finanzkrise, die auch die Menschen in Südbaden im Portemonnaie spüren. Es beginnt ein Teufelskreis, den Helmut Bürgel, Geschäftsführer des Kultur- und Veranstaltungszentrums Burghof in Lörrach, so beschreibt: „Wer sparen muss, aber trotzdem nicht auf Theater, Konzert oder Kabarett verzichten will, geht kein Risiko ein. Dann werden große Namen gebucht und Plätze für Veranstaltungen gelöst, bei denen man weiß, was einen erwartet.“ Gleichzeitig bevorzugen die Künstler Auftritte in vollen Häusern – die es aber nur noch mit bekanntem Namen gibt. Das ist Gift für junge Künstlerkarrieren.

Das Dilemma kennt Martin Wiedemann, Geschäftsführer beim Freiburger Verein Fabrik für Handwerk, Kultur & Ökologie, zu dem auch das Vorderhaus gehört. „Mit bekannten Namen kann man immer noch Tickets verkaufen“, sagt er. Grundsätzlich sei die Lage aber schwieriger geworden. „In jedem Fall

müssen wir mehr Werbung für unser Programm machen“, so Wiedemann.

Beim Freiburger Ensemble Recherche liegt das Problem weniger am zahlungsschwachen Publikum als bei den Geldgebern. „Für Sonderkonzerte kündigen die Sponsoren immer häufiger kurzfristig ihre Verträge“, beklagt Geschäftsführerin Tanja Ratzke. Das mache die mittel- und langfristige Budgetplanung der Gruppe unberechenbar. Nicht gleich Absagen, aber deutlich weniger verkaufte Tickets bei Sonderkonzerten meldet der Konzertveranstalter Albert-Konzerte in Freiburg.

Umsatzrückgänge auch in der Gastronomie

Viele ganz kleine Häuser stehen mit dem Rücken zur Wand. So zum Beispiel im Freiburger Rockschuppen „Walfisch“, der sich mit seinen Veranstaltungen vor allem an junge Menschen wendet. „Wir bieten Musik der Subkultur“, sagt Inhaber Michael Schniepp. „Die Leute, die zu uns kommen, haben sowieso nicht viel Geld. Wenn wir da die Preise anheben, um den verringerten Ticketverkauf zu kompensieren, sind wir schnell an der Schmerzgrenze. Dann werden wir gar keine Karten mehr los.“

Die Schmerzgrenze ist an der Freiburger Alemannischen Bühne laut Geschäfts-

führer Wolfgang Friedrich schon überschritten. „Unsere Vorstellungen sind nur noch zu 60 bis 70 Prozent ausgelastet. Vor Jahren waren das noch an die 90 Prozent.“ Eine Folge der Rezession – aber auch der aussterbenden Abobesitzer.

Beim Freiburger Jazzhaus schlagen die Ausläufer der Finanzkrise nicht so sehr beim Ticketverkauf durch – dafür umso deutlicher in der Gastronomie. Ein Minus von zehn Prozent stellt Geschäftsführer Michael Musiol beim Getränkeumsatz, über die vergangenen Monate betrachtet, fest. „Da ist etwas passiert“, sagt Musiol.

Entspannter ist die Situation bei den Schwergewichten der Kulturszene: Geschäftsführer Marc Oßwald vom Konzertveranstalter Koko spürt bei seinen Veranstaltungen in der Freiburger Rothaus-Arena keinen Einbruch. Außer, dass das Publikum beim Vorverkauf zögerlicher geworden ist und sich die Karten nicht mehr so früh besorgt. In Freiburg sind auch Barockorchester („ungebrochene Ticketnachfrage“) und Stadttheater auf Kurs („Besucherzahlen auf Vorjahresniveau“). In Lörrach liegt man im Burghof im langjährigen Durchschnitt („Schwankungen von plus-minus fünf Prozent“), auch das Festspielhaus Baden-Baden kann nicht klagen („keine Änderung beim Ticketabsatz“).

Bastian Henning