

BREITKOPF & HARTELS ORCHESTER-BIBLIOTHEK
NR. 4629

Joh. Seb. Bach

KANTATE NR. 129
„Gelobet sei der Herr, mein Gott“

BWV 129

VIOLA



BREITKOPF & HARTEL

Bach reloaded

Es ist Freitag, ein schneereicher Winterabend. Durch die Dunkelheit machen wir uns auf den Weg nach Trogen AR. Unser Ziel ist die Grubenmannkirche. Weit ab von Stadttreiben und Ausgangsstimmung findet hier ein Konzert statt, das so anders ist, als alles uns Geläufige. Das Besondere an diesem Anlass: Es wird ein kurzes, aber höchst aufwändiges Musikstück aufgeführt, das seine Uraufführung fast auf den Tag genau vor 287 Jahren in Leipzig feierte.

Autor : Michel Balint & Bild : Hanspeter Schiess

Durch die klirrend kalte Nacht schreiten wir zur hell erleuchteten Kirche und öffnen die schwere Pforte. Plötzlich finden wir uns in einer anderen Welt. In der Kirche sitzt eine grosse Menschenmenge erwartungsvoll auf den Holzbänken. Es ist ein leises Flüstern unter den zahlreichen Besuchenden zu vernehmen. Versteckt aber dennoch auffällig steht überall Ton- und Videoaufnahmetechnik, Herren in eleganten Anzügen weisen uns freundlich an unseren Platz in der vordersten Reihe. Stille. Dann, einen Moment später, die Pforten öffnen sich und unter warmem Applaus schreiten zwei adrett gekleidete Herren herein. Wir vernehmen aus dem Abendprogramm, dass dies wohl der Dirigent, Rudolf Lutz, und der Theologe, Karl Graf, sein müssen. Wieder wird es still. Musik erklingt. Zu unserem Erstaunen – wir waren ja noch nie an einem solchen Workshop – singen zu Beginn auch die Besucherinnen und Besucher den ersten Satz der Kantate zusammen mit dem Dirigenten. Umgeben von barockwirkenden Instrumenten stehen Rudolf Lutz und Karl Graf auf der Bühne und beginnen mit dem Einführungsworkshop. Wir erfahren spannende Hintergrundinformationen zum Stück des Abends. Es trägt den Titel «BWV 111» oder etwas verständlicher, die Bach-Kantate, «Was mein Gott will, das g'scheh allzeit». Die Kantate behandelt die Ergebung in den Willen Gottes.

Lutz führt uns in die musikalischen Feinheiten ein während Graf zeigt, wie das Werk liturgisch und geschichtlich einzuordnen ist. Dabei werden einzelne Passagen sehr ausführlich erklärt und auch einige instrumentarische Feinheiten erläutert. Einerseits erstaunt uns, welche Botschaften die Inszenierung der Musik zu transportieren vermag. Andererseits sind wir beeindruckt, welch detailreiches Fachwissen Lutz und Graf auf humorvolle und eloquente Weise vermitteln.

Nach dem Workshop schreiten wir wieder durch die Kälte zur benachbarten Krone. Dort lädt ein Imbiss zum Verweilen und Fachsimpeln ein. Pünktlich um 19 Uhr beginnt schliesslich die erste vollständige Vorführung der Bach-Kantate. Der Chor, das Orchester und die Gesangssolistinnen und -solisten schenken den Zuhörenden eine Inszenierung höchster Güte und ernten herzlichen Applaus.

Nachdem Instrumente, Gesang und Beifall verklingen, betritt ein charismatischer Herr die Bühne und reflektiert das soeben gehörte Werk. Es ist der deutsche Rechtswissenschaftler Bernd Rütters. Er präsentiert den Zuhörenden den Verfasser der ersten drei Kantaten-Strophen, Albrecht von Preussen. Dieser führte die Reformation in Preussen ein. Rütters erzählt vom Leben Albrechts und bringt die Kantate so dem Publikum näher. Rütters' rhetorische Fähigkeiten und sein angenehmer, humorvoller Vortragsstil danken die Anwesenden am Schluss des Abends mit einem besonders kräftigen Beifall.

Bei der zweiten Inszenierung des Stücks sind nun alle Sinne der Zuhörenden geschärft und mit Hintergrundwissen angereichert. Die Reflexion Rütters lässt die Kantate in einem anderen Fokus erscheinen. Es ist hochinteressant, wie facettenreich eine Bach-Kantate aufgebaut ist und, mit welchem Detailreichtum diese vom Thomaskantor komponiert wurde. Besonders beeindruckend ist das geballte musikalische und theologische Wissen um Bach und seine Stücke. Kaum einer würde erwarten, dass derart kulturell Hochstehendes in einer kleinen Kirche in der unscheinbaren Gemeinde Trogen geboten wird. Zufrieden verlassen wir die Grubenmannkirche und begeben uns zurück in die nächtliche Kälte auf den Nachhauseweg. Unweigerlich hat uns dieser Abend



neugierig gemacht. Wer initiiert diese Kantatenabende? Was steckt dahinter und warum macht man sich einen derart grossen Aufwand mit Bild und Ton?

Ein gewaltiges Projekt

Die Antwort finden wir in Form der J. S. Bach-Stiftung. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, das gesamte Vokalwerk von Johann Sebastian Bach (1685–1750) aufzuführen. Dieses Werk besteht hauptsächlich aus sogenannten Kantaten. Davon existieren heute noch rund 200 Stück. Kantaten sind mehrsätzige musikalische Werke aus der Barockzeit. In der Regel ist eine Kantate für ein Orchester, einen Chor und diverse Gesangssolisten instrumentiert. Daneben umfasst Bachs Werk noch sechs Motetten, diverse Messsätze, Passionen, Oratorien sowie die h-Moll-Messe. Kirchenkantaten wurden von Bach speziell für die sonntägliche Messe komponiert, während weltliche Kantaten für Anlässe des Adels, Hofs und Bürgertums geschrieben wurden.

In Leipzig war Bach als Thomaskantor angestellt. Dort verpflichtete er sich, Sonntag für Sonntag eine Kantate für den Gottesdienst vorzubereiten. In seiner Leipziger Zeit (1723–1750) soll die unglaubliche Zahl von 300 Kantaten entstanden sein, wovon

jedoch nicht alle überliefert wurden. Der gläubige Lutheraner Bach sah den Sinn seiner Musik in der Ehrung Gottes und der «Recreation» des Gemüts. Seine Musik gilt heute als Gipfel lutheranischer Kirchenmusik und steht für den musikalischen Ausdruck der Reformation. Voraussetzung lutherischer Kirchenmusik ist ein sehr umfangreicher Aufführungsapparat. Bach bot sich in Leipzig die Möglichkeit, einen solchen zu nutzen. In der heutigen Zeit wäre so etwas viel zu aufwändig und vor allem viel zu teuer für die paar Minuten Kirchenmusik. Dies war bis zur Gründung der J. S. Bach-Stiftung jedenfalls die vorherrschende Meinung.

Seit dem Jahr 2006 wird in Trogen jeden Monat eine Bach-Kantate aufgeführt. Wenn pro Monat ein einziges Stück von Bachs Vokalwerk aufgeführt wird, dürfte das Projekt unfassbare 25 Jahre dauern. Dieses Vorhaben steht unter der musikalischen Leitung von Rudolf Lutz und unter der Organisation von Stiftungsratspräsident Konrad Hummler. Die Konzerte werden jeweils bildlich und tonal festgehalten, um sie später auf DVD und CD anzubieten. Speziell ist, dass jeder Konzertabend mit einer Einführung beginnt. Danach folgt die Kantate, eine Reflexion darüber und die erneute Aufführung des Stücks. Seit den ersten Konzerten im Jahr 2006 wurden bereits über 50 Kantaten zur Aufführung gebracht.

Bach 2.0

Als interessanter Kontrast zur barocken Kirchenmusik Bachs zeigt sich die Vermarktung durch die J. S. Bach-Stiftung. Im vergangenen Jahr konnte das Engagement der Stiftung im Bereich sozialer Medien einen Preis einheimen. Der dritte Platz bei der Publikumswahl des ersten Schweizer Social Media Awards 2011 zeugt davon, dass hier offensichtlich einiges richtig gemacht wird. Voraussetzung für die Teilnahme am Award waren ein crossmedialer Aufbau der Kampagne, ein klarer Fokus auf den Bereich Social Media sowie die Bedienung mindestens dreier Medien.

Die J. S. Bach-Stiftung ist seit Ende 2009 auf Facebook, Twitter und YouTube vertreten. Besonders beliebt sind die zahlreichen Videos im letztgenannten Kanal. Auf Facebook hat die Anzahl Fans bereits die Zehntausendermarke überschritten. Auf dem Videoportal YouTube sind bereits über zweieinhalbtausend Abonnenten registriert und mehr als 50 Videos aufgeschaltet. Sogar auf Google+ ist die J. S. Bach-Stiftung vertreten, auch wenn diese Plattform noch in den Kinderschuhen steckt. Wer steckt hinter diesem medialen Auftritt und wie wird ein solcher überhaupt gestaltet? Warum hat genau diese Kampagne einen Preis erhalten? Diese und weitere Fragen konnten wir den Machern persönlich stellen.

Internationale Vernetzung mit Herzblut

Daniel Knus ist bei der J. S. Bach-Stiftung zuständig für Social Media und zieht hinter den virtuellen Kulissen die Fäden. «Die Social-Media-Strategie der J. S. Bach-Stiftung stellt den Dialog mit den Fans und Followern auf Augenhöhe ins Zentrum», erklärt Daniel Knus. Er betont, dass es essenziell sei, «diese Beziehungen zur virtuellen Community zu pflegen, zuzuhören und sensibel zu sein für die Anliegen und Wünsche dieser Menschen.» Die Bekanntheit der J. S. Bach-Stiftung soll weiter wachsen, auch wenn sie bereits

eine ansehnliche Höhe erreicht hat. Die Positionierung der Stiftung ist einfach anders und, das macht wohl auch einen Teil des Erfolgs aus: «Durch das edukative Konzept mit Einführungsworkshop und Reflexion wird eine Einzigartigkeit erreicht, die auch international viel Beachtung und Anerkennung findet. Dabei spielt auch der Faktor Qualität eine entscheidende Rolle», erklärt uns Daniel Knus. Wichtig sei auch, dass die Social-Media-Strategie kontinuierlich angepasst und weiterentwickelt werde. So wird beispielsweise das internationale Publikum in deutscher und englischer Sprache bedient, weil dieses Bedürfnis vorhanden ist und immer stärker wachse.

Die von der Stiftung anfänglich definierte Zielsetzung, junge Menschen über soziale Medien zu erreichen, wurde klar erreicht. Dass die Bekanntheit der Stiftung derart schnell wuchs und sich sogar auf ältere Generationen und eine internationale Ebene ausdehnte, überraschte das Team der J. S. Bach-Stiftung dennoch. Besonders freudig nehme man zur Kenntnis, dass auch die ältere Generation über die neuen Medien erreicht werde. Das Durchschnittsalter der Facebook-User liege üblicherweise bei rund 30 Jahren. Die Fans und Follower der Bach-Stiftung fänden sich im Bereich zwischen 40 und 50 Jahren. «Es ist sehr schön zu beobachten, dass die Online-Community mit den Leuten vor Ort verschmilzt und man virtuelle Fans auch an den Konzertabenden begrüßen darf», findet Daniel Knus.

Wir möchten wissen, was die J. S. Bach-Stiftung denn anders oder besser mache als andere. Bescheiden entgegnet Knus: «Wir suchen einfach die Nähe zur Community und es ist uns ein Anliegen, auf deren Bedürfnisse und Wünsche einzugehen, wir hören zu

Die J. S. Bach-Stiftung ist seit Ende 2009 auf Facebook, Twitter und YouTube vertreten. Auf Facebook hat die Anzahl Fans bereits die Zehntausendermarke überschritten.

und geben Antwort. Allfällige Probleme gehen wir gezielt an und entwickeln unkomplizierte Lösungen für die Fans». So wird aktuell nach einem deutschen Vertriebspartner gesucht, um den Bestellern von Büchern, CDs und DVDs die Mühen mit dem Zoll abzunehmen. «Dabei wird alles unternommen, um den Konsumentinnen

- 1000 Geschäftsideen.
- 100 werden realisiert.
- 10 bleiben erfolgreich am Markt.
- 1 wird High-Flyer.

STARTFELD. damit deine Geschäftsidee durchstartet.



STARTFELD
für innovative Unternehmensgründungen
in der Ostschweiz

www.startfeld.ch





Durch das edukative Konzept mit Einführungsworkshop und Reflexion wird eine Einzigartigkeit erreicht, die auch international viel Beachtung und Anerkennung findet. Dabei spielt auch der Faktor Qualität eine entscheidende Rolle.

und Konsumenten einen ausgezeichneten Service anzubieten», betont Daniel Knus. Die Publikumswahl zum Social Media Award 2011 zeige die hohe intrinsische Motivation und das Vertrauen der Wählenden. «Das ist ein schönes Zeichen und Beweis dafür, dass die J. S. Bach-Stiftung einen direkten Draht zur Community hat», stellt Knus erfreut fest.

Qualitätsbewusstsein schafft auch offline interessante Begegnungen

Obwohl der Aufwand gross ist, möchte man den Ansprüchen des internationalen Publikums gerecht werden. So ist der mehrsprachige Auftritt auf Facebook mittlerweile selbstverständlich. Die Herausforderungen werden damit aber auch immer komplexer. Ein internationaler Auftritt auf Facebook oder Twitter bedeutet auch, Zeitverschiebungen zu beachten. Darum komme es oft vor, dass Daniel Knus abends zu Hause noch Online-Beiträge für die Stiftung verfasse. Eine aktuelle Herausforderung besteht für die J. S. Bach-Stiftung darin, ihre Videos und Kantaten selbstständig auf iTunes anzubieten. Daniel Knus weiss, dass «das Bedürfnis nach digitalen Musik- und Videoaufnahmen der Konzerte klar vorhanden ist. Die Umsetzung gestaltet sich aber relativ kompliziert und stellt die Stiftung vor neue Herausforderungen. Diese sind aber da, um angepackt zu werden.» Wichtig ist es, «Entwicklungen nicht zu verpassen und mit der Zeit zu gehen. Dabei spielt die Plattform keine entscheidende Rolle, zentral ist der Dialog und was man daraus lernt», ist das Stiftungsteam überzeugt. Unbedingt beibehalten

möchte man den bodenständigen und persönlichen Charakter der Stiftung. «Die Leute spüren, dass hier viel Herzblut drin steckt und ein enger Kontakt zur Community gepflegt wird. Das soll auch so bleiben, obwohl es mit steigender Fanzahl natürlich immer anspruchsvoller und komplexer wird», wie Daniel Knus anmerkt.

Seit der Gründung der J. S. Bach-Stiftung haben sich schon einige spannende Geschichten ereignet. So wurden beispielsweise zwei Tickets für ein Konzert verlost. Die Gewinner aus dem deutschen Kassel nahmen extra die knapp 550 Kilometer lange Reise auf sich, um dem Konzert in Trogen beizuwohnen.

Einige Fans aus Madrid kamen allein darum in die Schweiz, weil ihnen die YouTube-Videos so gut gefallen haben. Die Verantwortlichen der Bach-Stiftung halfen den Spaniern bei der Vermittlung einer geeigneten Unterkunft in St.Gallen und freuten sich sehr über den weitgereisten Besuch. Dann gibt es da noch einen deutschen Klassikblogger, der extra eine Pilgerfahrt nach Trogen unternahm. In seinem Blog veröffentlichte er Bilder und Texte darüber. Besonders speziell ist ein Beispiel der jüngsten Vergangenheit: Die J. S. Bach-Stiftung darf sich auf Gäste aus Honolulu freuen, welche bereits Tickets für eine Aufführung gebucht haben. «Solche Ereignisse sind natürlich immer ein grosser Aufsteller für das Stiftungsteam und wir freuen uns ganz besonders darüber», zeigt sich der Social Media Manager zufrieden. ●●●