

Süddeutsche Zeitung vom 30.12.2005: „In diesen heiligen Hallen ...“

Mozart wurde geboren und starb, das unterscheidet das Genie nicht wirklich vom Durchschnittsmenschen, aber sogar durchschnittliche Marketingstrategen wissen das zu schätzen. Feierten wir 1991 den 200. Todestag von Wolfgang Amadeus, wird jetzt 2006 sein 250. Geburtstag zelebriert. Leider ist es bis 2041 noch etwas hin für den 250. Todestag, vom 300. Geburtstag 2056 ganz zu schweigen, doch kommen vielleicht andere biographische Eckdaten des Komponisten zur Überbrückung in Frage. Daß er am Schoß Maria Theresias saß und dabei Menuette vortrug, bereitet Schwierigkeiten für die termingebundenen Vermarktung. Ergiebiger scheint die Hochzeit im Stephansdom mit seiner Constanze im Jahre 1782. So würde sich postwendend 2007 als Jubiläumshochzeitstagsjahr anbieten. Wir begingen dann den 225. Hochzeitstag des Musikgenies und Kreativität für Merchandisingartikel wäre diesbezüglich gefragt. Sie müssten um das Thema „Erinnerung“ kreisen, Hochzeitstage werden ja gerne vergessen. Der „Wolfgang-Organizer“ mit der Melodie der Arie „Bei Männern, welche Liebe fühlen ...“ kann hier gegensteuern.

Nach dem einjährigen Abfeiern wäre dieses Ereignis dann derart im Unterbewußten verankert, daß sich der Bedarf am Begängnis des eigenen Hochzeitstages vermutlich für eine Weile erschöpft hätte.

Verwunderlich auch, dass Mozarts Namenstag noch nie ins Kalkül gezogen wurde. Aufgrund der Vornamensgleichheit mit dem österreichischen Bundeskanzler wäre sogar ein alljährlicher Synergieeffekt zu erzielen. Schüssel, dessen Geburtsjahr mit der Gründung der Republik zusammenfällt, könnte auch hier mithaschen, eine gemeinsame Arie muß noch gefunden werden. „La vendetta!“ für die feiermüden Österreicher oder angesichts von Schüssels stagnierenden Sympathiewerten „Ach ich fühls, es ist entschwunden“.

Mozart als Selbstbedienungsladen mannigfaltiger Bedürfnisse ist unumstritten. Graf Walsegg-Stuppach, der Mozart kurz vor dessen Tod beauftragte ein Requiem zu verfassen, war bekannt dafür Kompositionen anderer als die eigenen auszugeben. Der Trick misslang, obwohl Mozart diese Arbeit nicht selbst vollenden konnte, blieb das Copyright bei ihm.

Salzburg war da schon geschickter. Zunächst einmal die Produktion jener in Goldpapier verpackter Kugeln, die Wolfgangs Namen tragen und so schmecken, als wären sie schon zu seinen Lebzeiten hergestellt worden, stets überzogen mit einer schmierig weißen Patina. Doch ist hier im Sinne der Profitmaximierung noch einiges möglich. „Das schmecket so herrlich, das schmecket so rein..!“ könnte beim Hineinbeißen in die Mozartkugel erklingen, gespeichert in einer Musikplombe, die allen Touristen bei der Landesgrenze von heimischen Dentisten eingesetzt würde – beim Verlassen wieder abzugeben. Um Musikpiraterie zu unterbinden. Salzburg, das den Komponisten zu Lebzeiten mehr als zurückhaltend behandelte, ist schon lange auf den Mozart-Marketingzug aufgesprungen und fährt damit höchste Gewinne ein. Nur die umliegende Landschaft ist ähnlich ertragreich, sie läßt sich aber nicht exportieren und komponiert nicht.

Die nationale Vereinnahmung von Musik ist fragwürdige Praxis. Man kann lange darüber philosophieren, ob etwa Beethoven, wäre er in Bonn geblieben, ähnliches wie in Wien vollbracht hätte. Doch Österreich trifft keine Schuld an Mozarts oder Beethovens Genie. Eher muß man erstaunt konstatieren, daß es immer wieder herausragende Künstler gab, die sich hier entfalten konnten, vielleicht aus Trotz.

Die Umarmung Verstorbener ist österreichisches Brauchtum, ungeachtet der Diskrepanzen zu Lebzeiten, Tote reden nicht zurück, posthume Harmonienlehre für den Profit, denn: „In diesen heiligen Hallen kennt man die Rache nicht.“