



Ungewohnte Bühne für den Chor des Bayerischen Rundfunks: im Fernsehstudio für die Produktion «Vineta – versunkene Stadt»

Titel

Immer mehr Fernseh- und Radiomacher entdecken das Potenzial der deutschen Chorlandschaft. Bei der Suche nach passenden Formaten tun sie sich allerdings schwer

# Wir sind auf Sendung

Von Daniel Schalz

**R**alph Durchleuchter war überwältigt. Seit 1984 arbeitet er als Fernsehredakteur beim WDR, in den vergangenen 30 Jahren hat er dort einiges erlebt. Dass sich zum Wettbewerb «Beliebtester Chor NRW», den er für die Nachmittagsendung «daheim und unterwegs» initiiert hatte, allerdings mehr als 300 Ensembles melden würden, hätte er sich nicht träumen lassen. «Wir hatten bestenfalls mit hundert Bewerbungen gerechnet», erzählt er. «Nicht nur die große Zahl, sondern auch die ungeheure stilistische Bandbreite und die hohe musikalische Qualität haben mir und vielen meiner Kollegen im Sender die Augen geöffnet, wie spannend und lebendig die Chorszene ist.»

Dabei sei es zunächst nicht einfach gewesen, das eigene Haus von dem Format zu überzeugen: «Viele denken bei Laienchören immer noch ausschließlich an etwas angestaubte Männergesangsvereine, in denen ältere Herren seit Jahrzehnten dasselbe traditionelle deutsche Liedgut zum Besten geben», sagt Ralph Durchleuchter. «Dabei ist die Chorlandschaft – die Männerchöre in allen Ehren! – so viel reichhaltiger.» Eine Erkenntnis, die sich nicht nur im WDR, sondern auch anderswo in der deutschen Medienlandschaft langsam durchzusetzen scheint und sich in der Berichterstattung widerspiegelt.

Foto: trust your ears

Der WDR inszenierte den Chor-Wettbewerb als Mischung aus Jury-Wahl, Online-Voting und live übertragener Finalshow im Mai dieses Jahres. Dabei arbeitete die Fernsehabeilung eng mit den Hörfunkwellen des eigenen Senders zusammen, die die Aktion unter dem Motto «Singen macht glücklich» ebenfalls bewarben und das Finale ausstrahlten. «Die Zuschauerresonanz war enorm, allein an der Abstimmung über die drei Finalteilnehmer im Internet haben rund 55.000 Menschen teilgenommen», sagt Ralph Durchleuchter. «Und das Video des siegreichen Kemper Werkschors hatte mehr als elf Millionen Zugriffe!» Mit solchen Zahlen konnte Durchleuchter dann auch die letzten Skeptiker unter den Kollegen davon überzeugen, dass mit Laienchören Quote zu machen ist – wenn diese richtig präsentiert werden.

#### «GRAND PRIX DER CHÖRE» VOM ZDF NACH ZWEI JAHREN BEERDIGT

So sieht es auch Dieter Schneider, der für das ZDF und arte Kulturprogramme entwickelt: «Dass Chöre ein spannendes Thema fürs Fernsehen sind, steht außer Frage. Der springende Punkt ist nur: Wie lässt sich die Faszination, die vom gemeinsamen Singen ausgeht, am besten transportieren? Was ist das richtige Format?» Denn irgendwie seien Chöre im Fernsehen ja so, als ob man Menschen bei einem richtig guten Essen zuschauen würde: «Am liebsten möchte man doch sofort dabei sein und mitmachen, statt nur passiv anderen dabei zuzugucken.»

An international erfolgreiche Formate wie den qualitativ hochwertigen A-cappella-Wettbewerb «The Sing Off», der in den USA seit 2009 jährlich ausgestrahlt wird und auch nach China, Südafrika, Frankreich und die Niederlande exportiert wurde, trauten sich deutsche Fernsehmacher bislang nicht heran. Hierzulande hat man stattdessen meist versucht, das Phänomen Chorgesang als große Show zu inszenieren und künstlich mit Emotionen aufzublasen. So sendete das ZDF in den Jahren 2007 und 2008 den Grand Prix der Chöre mit gewaltigem Brimborium als abendfüllende Sendung, moderiert von Carmen Nebel. Nach zwei Auflagen wurde das Format eingestampft: Die ganz große Bühne funktionierte weder für die teilnehmenden Chöre, die ja alle-

«Die Frage ist, wie sich die vom Singen ausgehende Faszination am besten transportieren lässt.»

Dieter Schneider,  
Redakteur ZDF/art

samt keine Showprofis waren, noch für die Zuschauer. Und die Barriere, die das Medium Fernsehen in diesem Fall darstellt, wird auch dadurch nicht aufgehoben, dass Moderatoren die Menschen dazu auffordern, zuhause auf dem Sofa mitzusingen – wie etwa Marc Marshall im Fernsehen des Hessischen Rundfunks vor den dort jährlich gezeigten «Chorfesten».

#### ZUSCHAUERPOTENZIAL IM INTERNET NOCH NICHT AUSGESCHÖPFT

Der WDR versuchte dieses Dilemma zu lösen, indem man parallel zum Wettbewerb einen Publikumschor ins Leben rief. «Auch für diesen hatten wir viel mehr Bewerber als Plätze», sagt Ralph Durchleuchter. Am Ende durften 50 Auserwählte unter der Leitung von Robert Blank, Chorleiter des WDR Rundfunkchores, dreimal intensiv proben und zum krönenden Abschluss im Fernsehen auftreten. «Danach waren viele Teilnehmer so begeistert, dass sie am liebsten weitermachen wollten», sagt Durchleuchter. «Aber das können wir natürlich nicht bieten. Als Sender kann man durch solche Aktionen höchstens einen Anstoß geben.»

Auch das Radioprogramm von SWR4 Baden-Württemberg versuchte sich in den Jahren 2012, 2013 und 2014 an einem Wettbewerb. «Natürlich ist das eine gute Bühne für Chöre, sich einem großen Publikum zu präsentieren und Werbung fürs Singen zu machen», findet Holger Frank Heimsch, der zweimal für den Schwäbischen Chorverband in der «Chorduell»-Jury saß. «Kritisch sehe ich allerdings, dass die Chöre dort meist Stücke singen müssen, die nicht in ihr Programm passen, weil diese teilweise vom Sender vorgegeben werden.» Auch seien ausschließlich Ensembles mit popularmusikalischem Repertoire zum Zuge gekommen, weder Kirchen- noch Kinder-, Jazz- oder Kammerchöre hätten eine Chance gehabt. Und schließlich seien die technischen Rahmenbedingungen bei den Finals auf einer großen Open-Air-Bühne – für Chöre eine akustisch kaum zu bewältigende Herausforderung – denkbar schlecht gewesen.

Das machte der WDR beim «Beliebtesten Chor NRWs» besser: Das live übertragene Finale fand in einer kleinen ehemaligen Werkshalle

Foto: trust your ears



Im Fokus der Kamera:  
Peter Dijkstra, Chefdirigent  
des BR-Rundfunkchores

statt, in die gerade einmal ein paar hundert Leute passen. Da stimmte die Akustik, und der Funke der Begeisterung sprang von den Chören auf Publikum und Zuschauer vor den Bildschirmen und Radiogeräten über.

... und im Internet, müsste man ergänzen, denn wie der WDR verfolgen mittlerweile alle Sender eine sogenannte bimediale Strategie: Der Großteil des gesendeten Materials ist auch online verfügbar. «Das hat den Vorteil, dass die Inhalte über einen längeren Zeitraum abrufbar sind und man damit noch mehr Menschen erreichen kann», sagt Dieter Schneider von arte/ZDF. «Im Netz ist das Zuschauerpotenzial noch längst nicht ausgeschöpft.» Das gilt insbesondere für die Chorszene mit ihren hunderttausenden, sozial sehr aktiven Sängerinnen und Sängern – die perfekten Multiplikatoren für die Verbreitung von Netzinhalten.

#### WOLLEN WIR DEN CHOR AUS DEM NACHBARORT IM RADIO HÖREN?

Auch der Hörfunk stellt zunehmend eigene Sendungen oder einzelne Beiträge als Podcasts im Internet zur Verfügung – ohne das Zusammenspiel mit online-Angeboten geht es nicht mehr, darüber herrscht Einigkeit. Weniger einig sind sich die Programmverantwortlichen aber, welche Chormusik eigentlich gesendet werden sollte. So beschränken sich einige Sender auf professionell eingespielte Chormusik von Spitzenensembles. «Wir sind der Überzeugung, dass sich das Hörerinteresse letztendlich immer an der

Qualität festmacht», sagt zum Beispiel Dorothea Bossert, Chor-Redakteurin bei SWR2. «Die Frage ist doch: Will ich den Chor aus dem Nachbarort wirklich im Radio hören?» Der SWR unterstütze die Laienchorszene allerdings auf vielen Wegen (siehe dazu auch das Interview S. 22/23).

Andere Sender wiederum versuchen, Laienensembles auch musikalisch im Programm unterzubringen: Zum Beispiel übertragen mehrere Stationen den alle zwei Jahre stattfindenden, von den europäischen Rundfunkanstalten gegründeten Laienchorwettbewerb «Let the Peoples Sing» (dieses Jahr am 11. Oktober im Bayerischen Rundfunk). Der Saarländische Rundfunk sendet von regionalen Chorevents wie der Aktion «Sing City» des Saarländischen Chorverbandes oder den Landeschorwettbewerben Saar. WDR3 übertrug bereits mehrfach das Dortmunder Barbershop-Festival. SWR4 bietet Laienchören in der Sendung «Musik auf dem Land» eine Plattform. Und Deutschlandradio Kultur räumt jeden Mittwochvormittag dem «Chor der Woche» zumindest ein paar Minuten ein.

Auch im wöchentlichen «Chormagazin» von MDR Figaro wird alle drei- bis vier Wochen über einen Laienchor berichtet – was in diesem Fall auch etwas mit Einschaltquoten zu tun hat: «Da wir möglichst viele Menschen erreichen wollen, werden wir angehalten, die ganze Breite der Chorlandschaft abzubilden», sagt Claus Fischer, der seit fast 20 Jahren fürs Radio

arbeitet. Seine Erfahrung ist, dass Chormusik in den letzten Jahren in vielen Programmbereichen und Sendungen Einzug hält, in denen sie früher nicht vorkam.

Das liegt auch daran, dass gerade viele öffentlich-rechtliche Kultursender ihre Programmstruktur in den vergangenen Jahren geändert haben: Statt fester Programmplätze wird heute oft auf das sogenannte Tagesbegleitprogramm gesetzt, das mit deutlich kürzeren Sendeformaten sowie regelmäßigen Nachrichten aus allen Bereichen des kulturellen Lebens auf hörende Laufkundschaft aus ist. Dies führt allerdings dazu, dass zunehmend weniger komplette Werke aufgeführt werden, die meist in den späteren Abend oder gar die Nacht verbannt werden.

#### VIELE SENDER ÖFFNEN SICH FÜR NEUE FORMEN UND GENRES

Eine Umfrage der *Chorzeit* bei allen ARD-Hörfunkanstalten ergab allerdings, dass diese heute insgesamt eher mehr Chormusik als noch vor zwanzig Jahren ausstrahlen: Pro Woche sind es zum Beispiel bei SWR2 und WDR3 bis zu drei Stunden, bei NDR Kultur und Deutschlandradio Kultur knapp zwei Stunden und beim rbb immerhin noch eine Stunde. Deutliches Schlusslicht ist das Nordwestradio von Radio Bremen mit 30 bis 40 Minuten Chormusik im Monat.

Allerdings ist die Chormusik nicht immer auf den ersten Blick in den Programmen zu finden, sondern versteckt sich oft in CD-Tipps oder auf Konzert-Sendeplätzen. So gibt etwa der Bayerische Rundfunk sechs Formate an, in deren Rahmen regelmäßig Chormusik gesendet wird, beim rbb oder SWR2 sind es sogar mindestens sieben. (Radiosendungen, die sich ausschließlich mit Chormusik beschäftigen, finden Sie auf S. 70.) Auch bei hr2 vom Hessischen Rundfunk gibt es laut Eigenauskunft «Chormusik in allen verschiedenen Sendeformaten». Man verzichte allerdings bereits seit langer Zeit darauf, Sendungen speziell musikalischen Gattungen oder Stilen wie Oper, Kammermusik oder Alter Musik zu widmen, «da Mischangebote der Hörererwartung besser entsprechen».

Das wiederum könnte eine Chance für die Chorszene sein, die sich ja durch eine ungeheure stilistische Bandbreite auszeichnet. Der Berliner Musikjournalist Haino Rindler, der seit zehn Jahren für den Hörfunk arbeitet, meint zu erkennen, dass sich die Sender zunehmend neuen Formen und Genres der Vokalmusik öffnen: «Früher beschränkte sich die Beschäftigung mit Chormusik in den öffentlich-rechtlichen Sendern weitgehend auf die Eigenproduktionen der Rundfunkchöre und die großen chorsinfonischen Werke», sagt

er. «Heute weiß man dagegen, dass es im Vokalbereich viel mehr gibt, und auch Gruppen wie die Wise Guys oder Maybebop werden im Tagesprogramm gespielt.»

Außerdem gingen die Sender vermehrt Kooperationen mit Veranstaltern, Institutionen oder auch Verbänden wie dem Deutschen Chorverband ein – mit dem Effekt, dass diese die Programme durch ihre Themen und Ideen bereichern. «Die Radiomacher merken, dass da in der Szene ganz viel spannendes, junges Potenzial steckt», sagt Haino Rindler. Allerdings hänge die Umsetzung auch immer sehr vom persönlichen Engagement einzelner Redakteure oder Programmverantwortlicher ab – schließlich werde überall gespart und innerhalb der Sender heftig über den Einsatz von Budgets gestritten.

Der Sparzwang zeigt sich unter anderem daran, dass sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten bei aufwändigen Konzertmitschnitten mittlerweile weitgehend auf die Produktionen der eigenen Klangkörper beschränken. Allenfalls professionelle oder mindestens semiprofessionelle Chöre, die bei größeren Festivals mit überregionaler Ausstrahlung auftreten, haben noch eine Chance, aufgezeichnet zu werden.

#### IMMER WENIGER CHOR-REDAKTEURE

Auch trifft die Chormusik besonders hart, dass immer mehr Redaktionen zusammengelegt und die auf bestimmte Musikbereiche spezialisierten Stellen von Redakteuren – also auch von Chor-Redakteuren – eingespart oder nicht neu besetzt werden. Umso wichtiger ist es für die Vokalmusik, von Machern aller Medienbereiche wahrgenommen zu werden. Dafür bedarf es wiederum einiger Anstrengungen der Chorszene selbst – in Form von musikalisch und dramaturgisch spannenden Ideen und aktiver Öffentlichkeitsarbeit. Dann stehen die Chancen für die Chormusik gut, auch in Zukunft oft auf Sendung zu sein.

Der Autor ist Redakteur der *Chorzeit*.



Die Fotos auf den Seiten 14 und 17 kommen von der Event-Design-Firma [trust your ears](http://www.trust-your-ears.com) ([www.trust-your-ears.com](http://www.trust-your-ears.com)) und entstanden im Rahmen des TV-Projekts «Vineta – versunkene Stadt» mit dem Chor des Bayerischen Rundfunks.

Ein 15-minütiges Making-of der Dreharbeiten findet sich auf der BR-Homepage, zu erreichen unter dem Shortlink: [www.shortlinks.de/mhp4](http://www.shortlinks.de/mhp4)