

Eine Oper, so bunt wie die Stadt

Das Kuratorium der Kölner Oper unterstützt die Bühne nicht nur mit Geld, sondern auch mit dem Blick von außen – und durchaus unbequemen Vorschlägen

Vor gut zwei Wochen wurde das Kölner Opernquartier eröffnet – nach langen 14 Jahren der Sanierung. Wie hat das Kuratorium der Oper diesen Moment erlebt?

HEINZ BREIDENBACH: Das war der lange ersehnte kulturelle Befreiungsschlag für Köln. Die Oper und das Schauspiel sind zurück im Herzen der Stadt. Damit ist ein ganzes Kraftwerk der Gefühle zurückgekehrt.

Das Kuratorium setzt sich seit zehn Jahren für die Kölner Oper ein. Was ist dabei die wichtigste Aufgabe? Ist es die rein finanzielle Unterstützung der Oper?

BREIDENBACH: Geld zu geben gehört dazu, aber es beschreibt unsere Rolle nicht vollständig. Wir wollen mehr sein als eine Kasse, aus der Mittel abgerufen werden. Uns geht es darum, die Oper langfristig zu stärken – mit Förderung, mit Fragen und mit einem Blick von außen. In den vergangenen zehn Jahren seit der Gründung bewegt sich unsere finanzielle Unterstützung in Richtung einer Million Euro. Dazu gehören Produktionen, die Kinderoper – oder aber der neue Bechstein-Flügel, für den wir alleine 72.000 Euro aufgebracht haben. Das Geld stammt aus den Beiträgen unserer rund 60 Mitglieder. Es ist also Geld, für das Menschen und Unternehmen sich bewusst engagieren. Und das ist kein abstraktes Engagement.

„Künstlerische Freiheit und wirtschaftliche Verantwortung gehören in einem öffentlichen Haus zusammen

Markus Ulrich,
Kuratorium der Oper Köln

Der Markenprozess für die Oper, den wir angestoßen und finanziert haben, war ein Anfang: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Oper wirkten in Workshops daran mit, den Markenkern des eigenen Hauses zu ermitteln. Das sollte ein gemeinsames Selbstverständnis schaffen. 2022 wurde die Arbeit mit dem German Brand Award ausgezeichnet. Solche Schritte gehören für uns ebenso zur Förderung wie konkrete Zuschüsse.

Was bedeutet der „Blick von außen“ konkret?

FRANK WAGNER: Wir möchten mit der Oper im Gespräch sein, auch wenn ein Thema unbequem wird. Die lange Sanierung hat vieles in einen Zustand des Übergangs versetzt. Jetzt ist der Moment, Strukturen und Abläufe anzuschauen: Sind Aufgaben sinnvoll verteilt? Werden Räume und Ressourcen gut genutzt? Sind Entscheidungen und Kosten ausreichend transparent? Das alles sind keine Fragen, mit denen wir die Oper nerven wollen. Sie sollen helfen, sie zukunftsfähig zu machen. Deswegen haben wir den Bühnen auch angeboten, eine externe Unternehmensberatung einzubeziehen. Zwei renommierte Gesellschaften stehen bereit, um



Opernfreunde: Markus Ulrich, Heinz Breidenbach, Frank Wagner (v. l.)

Foto: Hümmeler

eine Analyse des Hauses zu erarbeiten; wir würden sie kostenfrei an die Bühnen weitergeben. Das ist ein Angebot, keine fertige Lösung. Veränderungen können Kraft kosten und auch für Beschäftigte unbequem sein. Gerade deshalb muss man sie offen und fair diskutieren. Es geht nicht darum, pauschal Stellen zu streichen, sondern darum, gute Bedingungen für die Arbeit auf und hinter der Bühne zu schaffen.

Greifen Sie damit nicht in die Arbeit der Intendanz ein?

MARKUS ULRICH: Nein. Über das künstlerische Programm entscheiden die Intendanten. Wir wollen keine einzelne Inszenierung bestellen. Aber künstlerische Freiheit und wirtschaftliche Verantwortung gehören in einem öffentlichen Haus zusammen. Die Stadt steht unter finanziellem Druck; zugleich muss die Oper ein anspruchsvolles Programm ermöglichen – auch wenn nicht jede moderne Produktion ausverkauft ist. Wir möchten, dass neben der langen Baugeschichte wieder stärker über die Kunst gesprochen wird: über besondere Produktionen, über Auszeichnungen und darüber, was die Oper über Köln hinaus ausstrahlen kann.

In der Öffentlichkeit gilt Oper oft als teuer und exklusiv. Wie lässt sich diese Distanz überwinden?

BREIDENBACH: Hier muss man das Bild deutlich zurechtrücken. Die günstigste Karte für die Oper kostet etwa 20 Euro. Viele denken dennoch, ein Opernbesuch koste grundsätzlich mehr als 100 Euro. Diese Botschaft muss die Oper besser vermitteln. Und Menschen müssen spüren, dass sie willkommen sind. Dazu gehört auch, dass man ihnen die Schwellenangst vor einem Opernbesuch nimmt. Denn das ist gerade in Köln sehr entspannt: Man kann völlig unkompliziert zur Oper kommen und eine Vorstellung besuchen. Wer sich für den Abend schick

machen möchte, soll das genauso können. Aber Jeans und T-Shirt dürfen kein Grund sein, sich fehl am Platz zu fühlen. Die Stadt ist bunt; auch das Publikum der Oper darf es sein. Die Kinderoper, mögliche Open-Air-Angebote auf dem Offenbachplatz und Veranstaltungen an anderen Orten öffnen zusätzliche Türen. Die Einrichtung eines Kundenbeirats ist eine weitere Idee von uns. Der könnte direkt fragen: Was wünschen sich die Menschen, die schon kommen – und was hält andere noch fern?

Was kann das neue Haus zum Erfolg der Oper beitragen?

FRANK WAGNER: Vor allem das denkmalgerecht sanierte Innere der Oper hat eine ganz besondere Kraft. In seiner neuen Farbigkeit, aber auch in seiner Transparenz nach außen kann dieses Haus sehr festlich sein, ohne einschüchternd zu wirken. Wenn künftig auch der Offenbachplatz wieder belebt wird und die öffentlichen Bereiche noch stärker genutzt werden, wird die Oper noch viel mehr sein als ein Ort, den man nur zum Vorstellungsbeginn betritt. Sie wird wieder unverzichtbarer Teil des städtischen Lebens werden. Man muss es so sehen: Anders als Hamburg mit der Elbphilharmonie wurde in Köln ein bestehendes Haus aufwendig umgebaut. Aber es wurde eben kein spektakulärer Neubau errichtet. Die Fehler und Verzögerungen der Sanierung muss man nicht beschönigen, auch die Kosten nicht. Aber jetzt ist das Ergebnis da und es kann genutzt werden. Zur Erneuerung gehören eben auch hochmoderne Technik und bessere Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Publikum nicht sofort sieht.

Was muss die Oper tun, um ihre Zukunft auch finanziell zu sichern?

BREIDENBACH: Die öffentliche Finanzierung bleibt die wichtigste

Säule. Zusätzlich muss man aber prüfen, wie Räume und Flächen sinnvoller genutzt, wie externe Veranstaltungen ermöglicht und weitere Unterstützer gewonnen werden können. Wenn eine Vermietung an Zuständigkeiten scheitert, sollte man fragen, ob die Regeln noch zeitgemäß sind. Private Sponsoren können besondere Produktionen oder internationale Vorhaben möglich machen; sie ersetzen aber nicht die Verantwortung der Stadt.

Welche Ideen hat das Kuratorium noch für die Zukunft?

BREIDENBACH: Wir möchten den „Internationalen Opernpreis der Stadt Köln“ wieder aufleben lassen, den es ja schon einmal gab. Und wir denken über einen „Kölner Operntag“ nach, der das Haus, seine Arbeit und seine Inhalte noch tiefer in die Stadt hinein trägt. Am Ende geht es uns eben um mehr als einzelne Zuschüsse oder um die reine Unterstützung von Veranstaltungen: Die Oper soll künstlerisch stark bleiben, wirtschaftlich verantwortungsvoll handeln und Menschen erreichen, die sich bisher nicht als ihr Publikum gesehen haben. Dafür braucht es Offenheit – und die Bereitschaft, gemeinsam nach vorn zu schauen. Dafür stehen wir bereit.

Das Gespräch führte
Christian Hümmeler

ZUM KURATORIUM

Das Kuratorium der Oper Köln hat sich 2017 mit dem Ziel gegründet, das kulturelle Leben in Köln mit regionaler und internationaler Ausstrahlung nachhaltig zu fördern.

Vorsitzender des Kuratoriums ist Heinz Breidenbach, Frank Wagner ist Schatzmeister, Markus Ulrich ist Schriftführer.