

abo\* NEUE «IG MUSIKSTADT»

## Luzern Tourismus will mit Klassik-Akteuren Luzern als «die Musikstadt der Schweiz» vermarkten – doch es gibt auch Kritik

Luzern als «die Musikstadt der Schweiz» promoten. Das will Luzern Tourismus zusammen mit dem KKL Luzern, dem Luzerner Sinfonieorchester und Lucerne Festival. Ein Vorbild dafür ist Salzburg. Doch die Auswahl der Akteure stösst auch auf kritische Stimmen.

Urs Mattenberger

22.07.2022, 11.38 Uhr

abo\* **Exklusiv für Abonnenten**



Präsentation IG Musikstadt Luzern. Von links: Marcel Perren (Direktor Luzern Tourismus), Numa Bischof Ullmann (Intendant Luzerner Sinfonieorchester), Danièle Gross (Kaufmännische Leitung Lucerne Festival), Philipp Keller (CEO KKL Luzern) und Stefan Sägesser (Kulturbeauftragter Kanton Luzern) vor dem KKL in Luzern.

Bild: Plus Amrein  
(Luzern, 22. Juli 2022)

Luzern soll noch vermehrt als «Musikstadt» international positioniert und touristisch vermarktet werden. Zu diesem Zweck schlossen sich das KKL Luzern, Lucerne Festival und das Luzerner Sinfonieorchester unter der Projektleitung von Luzern Tourismus zur «IG Musikstadt Luzern» zusammen. An einer Medienkonferenz im KKL erläuterten die Akteure heute Freitag die Ziele und stellten künftige Werbekampagnen vor. Und sie nahmen Stellung zur Frage, ob mit dieser Auswahl nicht einseitig die klassische Musik zusätzlich gefördert wird. Und ob die neue Plattform künftig nicht auch auf andere Bereiche und Sparten wie Kunst oder Theater geöffnet werden müsste.

### «Weltweite Ausstrahlung vor allem dank Klassik»

Dass am Anfang die klassische Musik «ins Schaufenster» gerückt wird, hat verschiedene Gründe. «Luzern hat bereits heute eine weltweite Ausstrahlung als Musikstadt vor allem dank den grossen Playern im Klassikbereich, wie dem Lucerne Festival oder dem Luzerner Sinfonieorchester als einem der «wichtigsten» Veranstalter im KKL. Und mit ihm verfügt Luzern über einen Konzertsaal der Weltklasse», sagt Marcel Perren von Luzern Tourismus. Von diesem «Standortmarketing für Luzern» könnten auch andere Kulturanbieter profitieren: «Luzern ist ein touristischer Hub für Ausflüge in die Landschaft und die Berge. Wenn es uns gelingt, gemäss der Tourismus-Vision 2030 mehr kulturinteressierte Besucher für mehrtägige Aufenthalte in der Stadt zu gewinnen, nutzen

diese nach einem Besuch eines Konzerts im KKL auch eines der übrigen kulturellen Angebote in Luzern.»

### **Auch Luzerner Kulturbeauftragte unterstützt den Fokus auf Klassik – für den Anfang**

Den Fokus zu Beginn auf die klassische Musik zu legen, findet auch Stefan Sägesser richtig. Er bringt als Kulturbeauftragter des Kantons Luzern in die IG Musikstadt die Interessen der gesamten Kultur mit ein – zusammen mit der städtischen Kulturbeauftragten Letizia Ineichen, die er an der Medienkonferenz mit vertrat.

**«Die klassische Musik ist der stärkste Brand mit nationaler und internationaler Ausstrahlung, den Luzern hat. Damit kann sich Luzern jetzt klar positionieren.»**

Aber Sägesser verweist auf andere Institutionen, die in Luzern Kultur mit überregionaler Ausstrahlung anbieten – von Kunstmuseum ebenfalls im KKL über das Fumetto bis hin zum Luzerner Theater. «Insofern ist die Idee der Musikstadt ein Anfang, der <weiter> entwickelt werden soll.»

Darin waren sich alle Akteure einig. Aber auch Numa Bischof betonte als Intendant des Luzerner Sinfonieorchesters, eine neu lancierte Marke wie jene der Musikstadt Luzern brauche zu Beginn eine «Kernbotschaft». Die lange Klassiktradition in Luzern eigne sich dafür, weil deren Potenzial bis heute nicht ausgeschöpft wird. Komponisten wie Wagner oder Dirigenten wie Toscanini hätten den Nimbus von Luzern als Musikstadt geschaffen: «Diesen Nimbus müssen wir inszenieren und weiter nähren. Dann könnte Luzern einen Ruf als Musikstadt erhalten, wie ihn die Mozartstadt Salzburg hat».

Wer als Tourist die Matthäuskirche besuche, erfahre nicht, dass Wagner hier geheiratet habe: «In anderen Städte würde das in einer Marmortafel verewigt.» Wie man einen solchen Nimbus in die Gegenwart weiterführen kann, zeigte Danièle Gross, Kaufmännische Leiterin von Lucerne Festival

mit Blick auf Claudio Abbado. Er habe mit dem Lucerne Festival Orchestra an Toscaninis Festspielorchester angeknüpft, so wie Pierre Boulez mit der Lucerne Festival Academy der zeitgenössischen Musik eine feste Plattform geschaffen habe.

### **Andere Partner noch nicht kontaktiert**

Auch Philipp Keller verteidigte die anfängliche Beschränkung auf eine kleine Gruppe von Akteuren: «Gerade nach Corona ist es wichtig, nicht Einzelbrands zu vermarkten, sondern diese zu verknüpfen. Das wird schwieriger, je mehr Akteure beteiligt sind» Aber Keller, in dessen Haus sich auch das Kunstmuseum befindet oder das Blue Balls und das World Band Festival stattfinden, plädiert ebenfalls dafür, den Kreis zu erweitern.

Eine Hürde dafür stellt die Finanzierung des Projekts «IG Musikstadt Luzern» dar. Geplant sind laut Perren anstehende Werbekampagnen in der Schweiz, im nahen Ausland und auch in Nischen in den USA oder Asien, die Klassik in Luzern unter diesem Label promoten. Das Budget dafür beträgt für das erste Jahr 240 000 Franken. Eine Hälfte steuert die öffentliche Hand bei, die andere die beteiligten Kulturinstitute. Ein Beitrag wird auch von allfälligen weiteren Partnern erwartet. Kontakte mit anderen interessierten Akteure sollen bald einmal aufgenommen werden. Selbst Akteure, die ins klassische Bild der Musikstadt passen, wurden im Vorfeld nicht kontaktiert – wie die Festival Strings Lucerne, das Luzerner Orchester mit der grössten Auslandpräsenz.

## **Förderung einzelner Klassik-Player durch die Hintertür?**

Bleibt die Frage, ob mit den 120000 Franken von der öffentlichen Hand nicht doch die Klassik mit zusätzlicher Unterstützung gegenüber anderen Sparten bevorzugt wird. Stefan Säggerer verneint und betont, dass dieses Geld nicht im Rahmen der Kulturförderung gesprochen wurde. Vielmehr wird die IG Musikstadt Projekt der vom Bund lancierten «Neuen Regionalpolitik» über die kantonale Wirtschaftsentwicklung (rawi) mitfinanziert.

### **«Wieso nicht einfach Kulturstadt?» Von anderen Sparten kommen auch kritische Stimmen**

«Musikstadt Luzern. Das klingt fantastisch.» prangt seit heute an der KKL-Fassade. Auf dem Riesenplakat nebenan sieht einen «David Hockney» multiperspektivisch an. Die Signaturen: Kunstmuseum Luzern, Tate. Luzern hat viel Kultur zu bieten. Dazu glitzert der See in einmaliger Topografie.

Im KKL ist am Freitagmorgen die internationale Strahlkraft der «Musikstadt Luzern» beleuchtet worden. Musik versus Kunst? Was meint die Direktorin des Kunstmuseums – zwei Etagen höher – dazu? Fanni Fetzer hat gegenüber dieser Zeitung am 20. April gesagt: «Luzern soll nicht nur Musik-, sondern ebenfalls Kulturstadt sein.» Die nächsten Tage ist die Direktorin beruflich in Kassel unterwegs, wo Kunstaustellungen zur 15. Documenta laufen. Zur «Idee Musikstadt Luzern» reagiere sie sehr gerne dann, wenn sie den Inhalt kenne, lässt sie ausrichten und verweist für den Moment an den Präsidenten der Kunstgesellschaft, Andi Scheitlin. Dieser sagt via Mobilephone aus dem Meggerwald: «Auch wenn ich die Bedeutung des Lucerne Festivals erkenne und schätze: Wieso Musik- und nicht einfach Kulturstadt Luzern? Das würde alles miteinschliessen.»

Inzwischen bietet das Lucerne Festival die Aktion «Mit der Konzertkarte ins Museum an» an: vergünstigte Eintritte zum Kunstmuseum Luzern und Hans Erni Museum sowie zur Sammlung Rosengart. Dazu würde auch die Galerie Urs Meile passen. Ausserdem gibt es die Kali Gallery, das Comic-Festival Fumetto, das Weltformat Graphic Design Festival, welche wiederum ganz andere Besucher:innen nach Luzern locken. Im Juni wurde die Hochschule Luzern von Pro Helvetia an die Milano Design Week eingeladen. An prominentester Lage provozierte sie mit der Installation «No Thing New», um über «Degrowth» nachzudenken. Wird solches Wirken durch das Marketinglabel «Musikstadt Luzern» reduziert?

Gabriela Christen, bis Februar Direktorin der Hochschule Luzern – Design & Kunst und seit 1. Juli Stiftungsratspräsidentin des Luzerner Theaters, ist ferienhalber nicht erreichbar. Auch Intendantin Ina Karr nicht. Doch im Herbst startet ein Architekturwettbewerb für einen 120-Millionen-Neubau. Auch Theater, Tanz und Oper zeigen ihre Ansprüche.

### **IG Kultur: «Antriebskraft mit anderen Sparten teilen»**

So einfach sind Musikstadt und Kulturstadt nicht auseinanderzuhalten. Sogar die «IG Musikstadt Luzern»-Initianten verwenden beide Begriffe. Das freut Laura Breitschmid, Präsidentin von IG Kultur Luzern: «Wir finden es sehr begrüssenswert, dass die Kultur im Standortmarketing so viel Platz erhält. Doch es ist klar ein von KKL, Lucerne Festival und Sinfonieorchester initiiertes Projekt. Das Interesse scheint allerdings da, die Auftriebskraft mit anderen Sparten zu teilen. Dass die IG Musikstadt Luzern die Initiative angerissen hat, muss man wertschätzen. Aus Sicht der IG Kultur verfolgen wir aber vor allem den ganzheitlichen Ansatz der Kulturstadt.»

Edith Arnold

Die Frage, wie offen die IG Musikstadt Luzern für andere Akteure und Sparten ist, stellt sich auch beim visuellen Konzept der Agentur Brinkert Lück. Die Agentur hatte für die Wahlkampagne von Olaf Scholz einen «plakativen Auftritt, der auffällt» gestaltet. Für die Musikstadt Luzern entwarf Dennis Lück ein Logo, das die Buchstaben «ML» spielerisch die Form von Musiknoten gibt. Die originellen Slogans sprechen Touristen mit unterschiedlichen Vorlieben an – von der «Chopin-Tour» über die «Stadt für Elise» bis zur «Götterdämmerung täglich ab 18 Uhr».

Kann man das weiterentwickeln, wenn später andere Sparten hinzukommen? «Ja», sagt Dennis Lück, der im KKL über Video auf Grossleinwand zugeschaltet ist: «Die gestalterischen Elemente sind aus grafischen Zeichen gebildet. Für den Fokus auf die Musik haben wir dafür musikalische Zeichen verwendet. Aber man kann diese Verfahren auf andere Bereiche übertragen und mit problemlos mit anderen Botschaften verbinden.»



MUSIKSTADT  
LUZERN.  
*Das klingt fantastisch.*

So sieht das neue Logo aus.  
Bild: PD

Das sich das auch für die geplante Promotion über Social Media und eine digitale Plattform für alle Veranstaltungen der Musikstadt eignet, verrät schon mal die im Aufbau begriffene Homepage. Mindestens der visuelle Auftritt ist also jetzt schon offen für die Kulturstadt Luzern.

### **Das sind die Projektpartner der IG Musikstadt**

KKL Luzern, Philipp Keller, CEO, [www.kkl-luzern.ch](http://www.kkl-luzern.ch)

Luzerner Sinfonieorchester, Numa Bischof Ullmann, Intendant,  
[www.sinfonieorchester.ch](http://www.sinfonieorchester.ch)

Lucerne Festival, Danièle Gross, Kaufmännische Leitung,  
[www.lucernefestival.ch](http://www.lucernefestival.ch)

Luzerner Sinfonieorchester, Numa Bischof Ullmann, Intendant,  
[www.sinfonieorchester.ch](http://www.sinfonieorchester.ch)

Luzern Tourismus, Marcel Perren, Tourismusdirektor, [www.luzern.com](http://www.luzern.com)

Stadt Luzern, Letizia A. Ineichen, Leiterin Kultur und Sport,  
[www.stadtluzern.ch](http://www.stadtluzern.ch)

Kanton Luzern, Stefan Sägesser, Kulturbeauftragter, [www.kultur.lu.ch](http://www.kultur.lu.ch)