



MARKE MOZART

Eine kurze Geschichte der langen Vermarktung

Am Anfang war keineswegs die Mozartkugel, um deren nicht patentierte Marke sich Hersteller aus Bayern und Österreich streiten – als erstes Produkt kam um 1800 eine Schuhpflege namens Mozartcrème in der Stadt Salzburg auf den Markt. Weltweit gibt es heute um die dreihundert Mozart-Produkte, Mozart zählt zu den fünfzig umsatzstärksten Markennamen der Welt, sein Wert wird auf über fünf Milliarden US-Dollar geschätzt. Allein das Land Salzburg rechnet im Jubiläumsjahr mit zusätzlichen Einnahmen von fünfzig Millionen Euro. Mozart ist einträglicher, als Pablo Picasso und Andy Warhol je waren –

und das hätte ihm zugesagt. Er wusste, was er wert war, und versuchte sich in der Selbstvermarktung als gelehriger Schüler seines Vaters zu erweisen. Er ist nach Wien gekommen, um Ehre, Ruhm und Geld zu machen, und trifft auf einen musikliebenden Kaiser, den er als »Knicker« bezeichnet. Er zieht nach eigener Aussage den Grafen vor, der ihm statt der knausrigen tausend Gulden zweitausend bietet. Die ökonomische Frage ist »nach der Gesundheit das Beste« und steht im Zentrum der Mozartschen Familiengeschichte: Geldfragen dominieren Leopolds Briefe, Geldsorgen plagen seinen Sohn. Sie beide sind ge-

wissermaßen »Arbeitskraftvirtuosen« und investieren in die Ökonomisierung der Kunst, die den sozialen Aufstieg garantiert.

Begründer der Marke: Vater Leopold

Vater Leopold beobachtet geradezu fanatisch Kurswechsel und Zinsen – und fürchtet nichts so sehr wie Armut. Selbst die Krankheiten seiner Kinder sind ein Grund, um über die damit verbundenen Kosten zu klagen. Als Wolfgang während einer der strapaziösen Konzerttourneen ausfällt, stellt Leopold fest, dass es wohl noch Tage dauern werde, »bis er wieder recht hergestellt ist. in gottes Nammen; 100 fl: sind bald weg, ich bin diesen schlechten spas schon gewohnt«. Er weiß von jeder Sache den Preis und predigt Sparsamkeit ebenso wie religiöse Ergebenheit. Zu Recht, wenn man sich die gesellschaftliche Stellung eines Hofmusikers vor Augen führt, der als fürstlicher Diener gilt: Ihm droht Armut, falls er krank wird oder aus anderen Gründen seinen Dienst quittieren muss. Mozarts Großvater hinterließ Frau und Töchter mittellos – das soll Leopold nicht passieren, der seine Musikerlaufbahn mit dem Ausschluss aus der eigenen Familie büßt und mit dem Posten des Vizekapellmeisters am Salzburger Hof vorliebnimmt. Anders Sohn Wolfgang, dessen Talent ein Werkzeug für die unerfüllten Hoffnungen ist, die den Vater umtreiben. Er reist mit seinen klavierspielenden Vorzeigekindern Wolfgang und Nannerl quer durch Europa und begegnet Staatsmännern und Philosophen, Prinzessinnen und Königen. Er begründet die Marke Mozart, die sich während der dreijährigen Konzertreise zwischen 1763 und 1766 zu etablieren beginnt. Leopold Mozarts Einkünfte betragen mehr als 13000 Gulden, ein Betrag, der dem fünfzigfachen seines Jahresgehalts entspricht. Seine Hintermänner, die große Summen für die Tournee vorstreckten, müssen ausbezahlt, die

Geschenke vorgezeigt werden, die aus Versailles, Brüssel, London, Den Haag stammen. Darunter sind neun goldene Sackuhren, ebensolche Tabakgefäße, Ohrgehänge für das »Frauenzimmer«. Die bis dahin erfolgreichste Konzerttournee der Musikgeschichte legt den Grundstein für Leopold Mozarts materiellen Wohlstand, den er – anders als sein Sohn – zu wahren weiß. Dessen »wunderbares Genie« ist unverzichtbarer Bestandteil des Projekts Mozart, das den Vater zum begüterten Mann macht.

Zuwenig zum Leben, zuviel zum Sterben

1769 tritt der Dreizehnjährige seine erste Stelle an: als unbesoldeter dritter Konzertmeister am fürsterzbischöflichen Hof in Salzburg. Er muss sich erst einmal beweisen, Kirchenmusik in der geforderten Kürze abliefern – die eher geringe Arbeitsbelastung nutzt er für Reisen und Nebenverdienste. 1772, nach den ersten zwei Italienreisen, erhält Mozart sein erstes Jahresgehalt von 150 Gulden: zuwenig zum Leben, zuviel zum Sterben, auch wenn die Lebenshaltungskosten in Salzburg nie so hoch sind wie in Wien. Gewiss hat das Dienstmädchen, das sich Mozart in Wien wird leisten können, mit zwölf Gulden jährlich ganz andere existentielle Nöte; besser abgefedert ist aber der Hofkapellmeister Antonio Salieri, der mit 1200 Gulden weit über einem Mittelstandseinkommen von 500 Gulden liegt. Eine prestigeträchtige Stelle wie diese, in einer der interessantesten Musikstädte der Welt, wird Mozart niemals angeboten – allen Anstrengungen zum Trotz, die er auf seinen Reisen quer durch Europa unternimmt.

Er ist knapp zweiundzwanzig Jahre alt, als er seine Position als Konzertmeister kündigt und erstmals ins Auge fasst, als freier Künstler und Unternehmer zu leben. Zum Unmut

des Vaters, der so weit geht, seinem Sohn zu verbieten, auf eigene Faust in München zu bleiben. Seine Ratschläge nutzen wenig, der Auftritt Mozarts am Mannheimer Hof bleibt folgenlos, statt dessen sieht er sich gezwungen, Flötenliteratur für den Musikliebhaber Ferdinand Dejean zu schreiben. In Paris schließlich versucht er sich stilistisch anzupassen, komponiert für den Herzog de Guines und dessen Tochter und die ungeliebte Besetzung Flöte und Harfe, unterrichtet – und lehnt eine Organistenstelle am Hof in Versailles ab. Er hält das Angebot für zweitklassig, die lediglich sechsmonatige Beschäftigung im Jahr für unergiebig. Vielmehr hofft er auf die Zeichen der Zeit: Musik wird zunehmend nicht mehr nur von Fürstenhöfen finanziert, sondern vom Bürgertum, das erste Schritte zum freien Markt unterstützt, Konzertagenten gewähren lässt, öffentliche Aufführungen initiiert. Dieser Markt bleibt Mozart vorläufig verschlossen, und die Abhängigkeit vom Vater drängt ihn dazu, klein beizugeben. Er kehrt nach achtzehn Monaten nach Salzburg zurück und begibt sich erneut unter väterliche Aufsicht. »ich bin kein brunetti und kein Misliwetcek! ich bin ein Mozart, aber ein junger und gutdenkender Mozart« (Joseph Mysliveček litt an einer Geschlechtskrankheit, Antonio Brunetti heiratete Judith Lipp erst nach der Geburt des gemeinsamen Kindes). Er bewirbt sich erfolgreich um die Stelle des Hoforganisten, die ihm ein Jahreseinkommen von 450 Gulden sichert, das von seinem Vater verwaltet wird. Schließlich hat er Schulden bei ihm, der ungerührt jene 863 Gulden zurückfordert, die er seinem Sprössling lieh, obwohl die Hälfte der Kosten für die mitreisende Mutter angefallen sind. »ich bin alt, – ich kann nicht wissen wenn mich Gott in die Ewigkeit rufft, ich will nicht mit schulden sterben«, hält er fest und krönt seine Forderung mit der Drohung, nur sein Sohn könne ihn vom Tod erretten. Diese Vater-

Sohn-Beziehung interpretiert der psychoanalytisch geprägte Mozart-Biograph Maynard Solomon als Schuldner-Gläubiger-Verhältnis. Mozart tritt nicht nur als Konkurrent des Vaters auf, er steht mehrfach in seiner Schuld und soll ihn über das Materielle hinaus für den Verzicht auf eine eigene Laufbahn entschädigen.

»für mein Metier der beste ort von der Welt«

1781 bietet ein Aufgebot des Erzbischofs die Chance, Salzburg hinter sich zu lassen und in Wien Fuß zu fassen. »Für *mein Metier* der beste ort von der Welt«, sagt sich Mozart und nutzt den Auftritt mit der Salzburger Hofkapelle als Sprungbrett, um sich bekannt zu machen. Er betreibt Lobbyarbeit in eigener Sache, trifft fast täglich Leute von Stand und lässt sich als Künstler in die Wiener Gesellschaft einführen. Sein Brotherr sieht sich gezwungen einzugreifen: Ein Wohltätigkeitskonzert will er verbieten, an einen Auftritt auf eigene Rechnung ist schon gar nicht zu denken. Es kommt zum Bruch mit dem Erzbischof – vergeblich bemüht sich Leopold, seinen Sohn zur Rückkehr nach Salzburg zu bewegen. Mozart stört sich an den Tischmanieren seiner Standesbrüder, der Kammerdiener und Köche, und hat es satt, als Diener des Erzbischofs zu gelten und Demütigungen hinzunehmen. »Mit einem Tritt in den Hintern« soll man den Fünfundzwanzigjährigen letztlich an die frische Luft – und auf den freien Markt befördert haben.

Mozart versucht sich als freier Künstler zu etablieren und muss verschiedene Einnahmequellen anzapfen. Er gibt Klavier- und Kompositionsunterricht. Sein Ruf als Virtuose, der auch Pädagoge ist, wächst stetig; seine Honorare steigen, und er kann es sich für kurze Zeit leisten, nur noch begabte Schüler wie etwa Johann Nepomuk Hummel zu unterrich-



ten. Er macht mit den Subskriptionskonzerten seiner Klavierwerke einen Reingewinn von knapp 2000 Gulden und tritt fast täglich auf. In Prag und Linz präsentiert er sich als sein eigener Konzertveranstalter, am Burgtheater organisiert er über Jahre Orchesterkonzerte auf eigene Rechnung und erzielt pro Aufführung Gewinne zwischen 500 und 1500 Gulden. Weit weniger einträglich sind seine Opern: An *Die Entführung aus dem Serail* und *Le nozze di Figaro* verdient er um die 450 Gulden, an *Così fan tutte* und *Die Zauberflöte* bis zu 900 Gulden. Die Marke Mozart macht sich erstmals für den Urheber bezahlt – mit der wirtschaftlichen Unabhängigkeit wächst die Entfernung vom Vater, der 1787 stirbt. Konzessionen an den Publikumsgeschmack sind nicht zu verzeichnen, doch orientiert sich Mozart an den unterschied-

lichen Bedürfnissen seiner Hörerkreise. Wie nie zuvor deckt er das ganze Spektrum an Stilen ab und komponiert von der vierhändigen Klaviermusik über das Lied bis hin zur Bläserkammermusik für fast jedes Genre.

Wirtschaftlicher Aufschwung

Der wirtschaftliche Aufschwung Mozarts ist beachtlich, kann er doch sein Einkommen von 1100 Gulden auf 5500 Gulden jährlich steigern. In den ersten Wiener Jahren soll er umgerechnet um die 260000 Euro verdient haben. Warum er finanziell unter Druck gerät, ist angesichts der Einkünfte rätselhaft. Vielleicht neigt er zu Glücksspielen, andere vermuten Frauengeschichten, dritte verweisen auf seinen üppigen Lebensstil. Als Mozart in Mailand Station macht, sehnt er