

# **Kurpfälzischer Sängerkreis Heidelberg**

## **Seminar über Vereinsentwicklung der singenden Chöre**

von Reinhold Stegmeier

Mit solch einer Besucherresonanz hatte Manfred Menges, zweiter Vorsitzender des Kurpfälzischen Sängerkreises Heidelberg, nicht gerechnet. Jedenfalls war das Restaurant „Liedertafel“ in Leimen dieser Tage proppenvoll. Vereinsvertreter aus dem gesamten Kurpfälzischen Sängerkreis kamen nach Leimen geeilt, um Karin Brogle, Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte des Badischen Chorverbandes, hautnah zu erleben. Die 55-jährige, selbst Chorleiterin, referierte über das Thema „Wer jammert, hat schon verloren“. Ihr knapp zweistündiges Referat gliederte sich in die Themenbereiche Mitgliederwerbung, Mitgliederpflege, Aktivitäten der Vereine, Darstellung in der Öffentlichkeit sowie Werbung junger Sängerinnen und Sänger.

Gleich zu Beginn ihrer Ausführungen ließ Brogle die Vereinsvertreter wissen: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“. Und dies betreffe vor allem Männerchöre. Was also können die Vorsitzenden tun, damit ihre Vereine attraktiv bleiben? Viele überalterte Männerchöre treffen sich nur noch, um in zwangloser Runde altes Liedgut zu singen. Falsch, denn die Sängerinnen und Sänger möchten gefordert werden, sie wollen Leistung zeigen, denn niemand besitzt so viel Zeit, dass man sie zu einem nutzlosen Probenabend verschwenden kann. Die meisten jüngeren Sängerinnen und Sänger haben heute Notenkenntnisse und sind mit ihrer schnellen Auffassungsgabe den etablierten Chormitgliedern schnell überlegen. Brogle: „Erhöht der Chorleiter das Tempo, kommen diese nicht mehr mit, trödelt der Chor vor sich hin, sind die Neuen schneller fort, als sie da waren.“ Dazu komme auch, dass sich 20-jährige eher selten zu 70-jährigen gesellen.

Beginnen müsse man mit der Sängerwerbung bei den Kleinsten im Kindergarten und in der Schule. „Wie wäre es, wenn Ihr Verein eine Kooperation mit dem Kindergarten eingeht und ihn musikalisch fördert?“, so die Referentin an die Vereinsvertreter. Dem Vorurteil, dass an den Schulen nicht mehr gesungen werde, erteilte Karin Brogle eine klare Absage. Bei den Kinderchören an der Schule oder im Verein sei es besonders wichtig, einen qualifizierten Chorleiter zu beauftragen. Brogle: „Nur die besten Chorleiter sind für Kinderchöre gut genug!“ Obwohl die Fluktuation in Kinder- und Jugendchören sehr groß sei, habe man für die etablierten Chöre dennoch positive Erfahrungen gemacht. Denn: wer in der Jugend eine gute Erfahrung mit Chorgesang gemacht hat, wird sich später leichter in Chöre eingliedern lassen! Zukunftsweisend sei die Gründung junger Erwachsenen-Chöre. Junge Leute wollten eine andere, eher rhythmische Literatur, die den Älteren zunehmend schwerer fällt.

Das Spektrum an Literatur im Chor muss breit gefächert sein. Einseitige Liederauswahl wie einst bei den wie Pilze aus dem Boden geschossenen Gospelchören läuft sich schnell tot. Zukunftsweisend wird auch das Angebot zum Projektsingen sein. Nicht selten bleiben nach einem Konzert viele Gastsänger im Verein hängen. Man könne auch einen Tag der offenen Tür anbieten, wo sich die singenden Vereine ihrem interessierten Klientel vorstellen. Und wie sieht es mit der Werbung neuer Sängerinnen und Sänger aus? Brogle: „Die beste Sängerwerbung sind qualifizierte Auftritte und Konzerte!“ Und weiter: „Wer auf Sängerwerbung geht, muss sich gut vorbereiten.“ Am Besten solle man dies zu zweit tun. Nicht jeder ist so schlagfertig und weiß auf jede Situation eine Antwort. Zu zweit könne man besser überzeugen. Vorteilhaft wären Vorsitzender und Chorleiter. Schriftliche Einladungen und Hauswurfsendungen seien keinesfalls erfolgsversprechend. Brogle: „Wichtig ist bei Ihrer Nachbarschaft oder bei Ihren Arbeitskollegen die direkte Ansprache!“ Bei gemischten Chören sei es von Vorteil, die ganze Familie anzusprechen, denn Singen ist ein vorzügliches gemeinsames Hobby. Keinesfalls solle man die Hausbesuche zur Tagesschauzeit oder Übertragung von Fußballspielen durchführen. Die besten Erfahrungen mit einer guten Sängerwerbung habe Brogle nach hervorragenden Konzerten, in den frühen Abendstunden oder in den Herbst- und Wintermonaten gemacht.

Und wie geht es weiter, wenn die Sängerwerbung geklappt hat? Bevor der neue Sänger im Chor Platz nimmt, müssen die Chormitglieder zur Mitverantwortung herangezogen werden. So manch neuer Sänger hat schon fluchtartig den Proberaum verlassen, wenn er von einem Älteren angeblafft wird: „Das ist mein Stuhl, da sitz ich schon seit vierzig Jahren!“ Klüger sei es, im Vorfeld Paten zu suchen, die sich besonders um die „Neuen“ annehmen. Zuvor sollte selbstverständlich auch die Platzfrage geklärt sein. Am Schluss ihrer Ausführungen wurde die eloquente Referentin mit herzlichem Beifall und einem Geschenk von Manfred Menges bedacht. Der 24-jährige Jungsänger Martin Heinzmann vom MGV Frohsinn Malsch erläuterte am Ende des Seminars, wie sein Verein gleich fünf Jugendliche in die Schar der Aktiven integrieren konnte.