

Zu möglichen Wegen aus der Krise:

3.33 Vom Männergesangverein zum modernen Chorverein - der MGV im Wandel

Die Vitalität der Chorszene und die neue Lust zu singen haben alle Eigenschaften eines Booms. Dieser zeigt sich in zahlreichen Facetten. Er ist gleichermaßen enthusiastisch-chaotisch wie organisiert, beschaulich wie bacchantisch, retro wie avantgardistisch, welt- wie volksmusikalisch und entwickelt kreativ immer wieder neue Formate und Formatvarianten des chorischen Singens. Die viel beschworene Renaissance des Singens hat, so scheint es, festen Boden unter den Füßen bekommen.¹

DCV-Präsident Henning Scherf zieht 2013 ein Zwischenfazit:

„Wir haben uns in den vergangenen Jahren zu einem modernen, innovativen Fachverband entwickelt. Unsere Mitgliedszahlen steigen, im Kinder- und Jugendbereich werden überall neue Chöre gegründet, es entstehen unzählige Jazz- und Popensembles, an unseren Bildungsprogrammen sind mehrere tausend Kindergärten beteiligt - in der ganzen Chorszene herrscht Aufbruchstimmung.“ (DCV-News 27.10.2013)

Werden hiervon auch die krisengeschüttelten traditionellen Männergesangsvereine profitieren? Die neuen, außerordentlich positiven Entwicklungen bei Lied & Chorgesang könnten ihnen Beispiel und Mut für eigene Modernisierungsbemühungen geben. Werden sie die **Chance zu Veränderungen** nutzen?

Neue Chöre und Präsentationsformen

In der Tat finden die erheblichen öffentlichen und privaten Anstrengungen zur Förderung von Lied & Chorgesang und dessen offenkundige Wiederbelebung große Beachtung bei den MGVs und AGVs. Sie spornen vorausschauende Vereinsvorstände an - zur Fortentwicklung ihres Vereins hin zu einer modernen Chorgemeinschaft oder, wo es beim klassischen Männerchor bleibt, zur Verbesserung seiner Struktur und Attraktivität. Ziel und Zauberwort der Aktivitäten ist die **Zukunftsfähigkeit** des Vereins. Wo an ihr konsequent gearbeitet wird, gibt es gute Erfolge. So insbesondere durch ein breiteres Chorangebot mittels

¹ Siehe auch Stendel (2017)

Errichtung neuer, separater Chöre neben dem traditionellen Männerchor. Die Gewinnung von Kindern und Jugendlichen für die neuen **Kinder- und Jugendchöre** der MGVs und AGVs erweist sich dabei als weit weniger zäh als die Akquisition von Nachwuchssängern für die Traditionschöre der Erwachsenen. Ein probates Akquisitionsinstrument ist auch der **Projektchor**. Er hat Zulauf von (jungen) Sängern, die man im Chor der Stammsänger sonst vergebens sucht, die aber bei neuen Projekten immer wieder antreten. Sie wollen punktuell mitmachen, aber frei von Vereinsbindungen oder gar -zwängen sein.

Rettung erfährt der überalterte, dezimierte Männerchor im Übrigen immer häufiger im **gemischtem Chor**. Im Extremfall übernimmt der **Frauenchor** die versprengten Restanten des Männerchors und wird auf diese Weise zum gemischten Chor. Statistiker und Musiksoziologen sehen hier einen Trend zur „geschlechtsspezifischen Heterogenisierung“ des Chorwesens.

Das „Rezept“ ist klar: Es ist der breit aufgestellte Gesangverein mit Männerchor, Kinder- und Jugendchor, Frauen- und/oder gemischtem Chor sowie - zeitweise (jedoch nicht permanent!) - einem Projektchor. Gesangvereine dieser modernen Prägung haben durchaus Chancen, langfristig zu überleben. Der klassische MGV wandelt sich zu einem **modernen Chorverein** und trägt dieser Entwicklung nicht selten durch die Änderung seines Namens Rechnung (z.B. vom „MGV“ zum „GV“).

„Das Nebeneinander von Stammchören und jungen Chören, von Frauen, Männern, Jugendlichen und Kindern schaffen auch in den einzelnen Chören eine ganz neue Dynamik.“
(BCV 2012, S. 99)

*Der MGV moderner Prägung ist mehrchörig,
hat einen „jungen“ Führungsstil und wenig Hierarchie.*

Immer öfter nutzen gut geführte Gesangvereine auch die Chancen von Kooperation oder Fusion und gewinnen dadurch größere Handlungsspielräume und Professionalität im musikalischen Bereich. Ihre Vitalität macht sie zu „Leuchttürmen“ der Chorszene, wie etwa die viel beachteten Veranstaltungen „Elvis und seine Zeit“ der Chorgemeinschaft Eintracht-Sängerbund (CES) 2006 in Heidelberg zeigen. Sie sind nicht Chorkonzert im klassischen Sinne, sondern werden unter Mitwirkung externer Orchester und Bands, Solisten und Tänzern zur **Musikshow**,

bei der sich in einer anspruchsvollen Bühnenchoreografie Musik, Text und Bilder zu einer Gesamtkomposition formen. Andere Vereine verbinden Chorgesang, Instrumentalbegleitung, szenisches Theater und Schwänke mit kabarettistischen Elementen. Die Kreativität bei der Entwicklung neuer Formate kennt keine Grenzen

Der MGV ist tot, es lebe der MGV! Überleben wird er jedoch nur in einer veränderten Form als mehrhöriger, offener, in vielerlei Hinsicht „bunter“ Verein, der sich neuen Anforderungen und Entwicklungen (z.B. im Vereinsmanagement, Liedgut, Choreografie) mehr stellt, als diese zu beklagen. Vorhandene Einstellungen, etwa zu Frauen und Kindern und ihrer Teilhabe am Chorleben, sind mancherorts dringend zu überprüfen. Denn in dem Maße, wie die Zahl der Sänger schwindet, wächst die der singenden Frauen und die Bedeutung der Frauenchöre, ganz der veränderten Rolle der Frau im gesellschaftlichen Leben folgend. Traditionelle Sänger mögen dabei durchaus empfinden, dass in der Verteidigung ihrer klassischen **Rückzugsräume** erneut eine Bastion fällt - der MGV.

Vereine sind wie Unternehmen, nur schwerer zu führen!

Erfolgreich mit Vereinsmarketing

Neben den Veränderungen in Chorstruktur, Präsentationsformen und Liedgut entdecken fortschrittliche Vereinsvorstände im Kampf um Fortbestand und Fortentwicklung ihres Vereins die Chancen eines systematischen **Vereinsmanagements**. Vor allem das in der Wirtschaft über Jahrzehnte erfolgreich praktizierte Marketing verspricht ein verheißungsvoller Problemlösungsansatz auch für Vereine zu sein. **Vereinsmarketing** ist geeignet, dem Denken und Handeln der Vereinsverantwortlichen den notwendigen Rahmen zu geben, d.h. Aktionen und Maßnahmen mit/im Konzept durchzuführen. Mittlerweile liegt für den Bereich der Gesangsvereine ein empirisch fundiertes Kompletzwerk des Marketing von/in Gesangsvereinen vor - direkt umsetzbar für krisengeschüttelte Gesangsvereine.² Für diese besteht trotz z.T. massiver

² Bislang bezogen sich die Beiträge zum **Vereinsmarketing** im Wesentlichen auf Sportvereine. Die Veröffentlichungen von Lutschewitz (2016, 2017a) bieten demgegenüber (erstmalig) ein umfassendes, direkt umsetzbares Konzept für Kulturvereine, insbesondere Gesangsvereine

Probleme (*siehe S. 55 ff.*) kein Anlass zur Resignation. Denn eine zunehmende Anzahl von MGVs erzielt mit der Entwicklung und Umsetzung eines Marketingkonzepts inzwischen gute Erfolge. Grund genug, sich intensiv mit Vereinsmarketing auseinanderzusetzen. Vereinsmarketing - richtig konzipiert und konsequent umgesetzt - hat alles Potenzial, die einschlägigen Probleme der Vereine zu lösen. Essentielle Voraussetzungen (Erfolgsfaktoren) hierfür sind:



Erfolgsfaktoren II

➤ für den (nachhaltigen) Erfolg aller Aktivitäten und Bemühungen braucht es:

- **Engagement:** Gute Resultate gibt es nur bei breitem Engagement von Vorstand, Chorleitung + Mitgliedern! (Der Vorstand allein kann's nicht richten!)
- **Konzepte:** Keine Schnellschüsse & Aktionismus! Erfolgreiches VM ist stets „konzeptionsgeleitet“ (Konzept = Ziele + Maßnahmen)
- **Konsequenz:** Konzepte auch umsetzen! Rechnen Sie mit Widerstand & Gleichgültigkeit. Bei zu viel Gegenwind oder lauer Brise aber haben Sie keine Chance!
- **Zeit & Geduld:** Rechtzeitig beginnen („*wer zu spät kommt*“), für den nachhaltigen Erfolg braucht es Zeit + Geduld!

... aber es wird sich lohnen!

Seminarbild aus der aktuellen Veranstaltungsreihe „Die MGVs sind noch längst nicht am Ende. Was unseren Gesangverein erfolgreich macht“

Was es für den Erfolg aber essentiell braucht, ist eine positive Einstellung zu tatsächlichen Veränderungen im Verein und ein diesbezüglich breites Engagement seiner Mitglieder. Dass es daran allzu oft fehlt, zeigen zahlreiche Beispiele von MGVs im zähen Kampf um den Fortbestand und die Singfähigkeit ihrer Männerchöre. Sie scheitern. Was sind die Ursachen?

Leseprobe aus: Lutschewitz, H. (2017): Chorgesang in Deutschland. Die neue Lust zu singen. 200 Jahre deutscher Laienchorgesang - seine historische Entwicklung und aktuelle Lage, Heidelberg 2017
