

Stephan Eisel

Ludwig überall

Beethoven in der Alltagskultur

Vor 245 Jahren – am 26. März 1778 – ist der Bonner Ludwig van Beethoven als Siebenjähriger erstmals öffentlich aufgetreten – und zwar in Köln. Vor 196 Jahren verstarb er ebenfalls am 26. März in Wien. In dieser Zeitspanne legte er mit seinem Schaffen das Fundament für seinen heute globalen Bekanntheits- und Wirkungsgrad.

Beethovens grimmiger Blick mit wildem Haarschopf ist zur Ikone geworden, das Schicksal des tauben Komponisten bewegt die Menschen und seine Musik fasziniert rund um den Erdball.

Beethoven ist allgegenwärtig: eine Google-Suche wirft zum Stichwort „Beethoven“ über 115 Mio. Ergebnisse aus. Die deutsche Nationalbibliothek verzeichnet über 38.000 Buch- und Aufsatztitel zu Beethoven. YouTube weist über 3,7 Mio Videos mit seinem Namen aus. Der Versandhändler Amazon bietet über 30.000 verschiedene CD´s und Schallplatten und mehr als 10.000 Bücher mit Beethoven-Bezug an.

Die Zahl der Aufnahmen von Beethoven-Werke auf Schallplatte und CD ist unüberschaubar, in den Konzertsälen sind seine Kompositionen die am meisten gespielten. Darin spiegelt sich nicht nur das ungebrochene Interesse von Interpreten, sondern auch die überwältigende Nachfrage des Publikums. Das gilt auch für die große Familie der Amateurmusiker.

So wurde Beethoven nicht nur den Deutschen seit Generationen ein kultureller Identifikationspunkt. Weit über die Grenzen klassischer Musik hinaus ist er Markenzeichen der Kulturnation Deutschland.

Aber nicht nur in der Klassik hat die Musik Beethovens große Popularität entfaltet. 1970 verkaufte sich die Schallplatte des spanischen Sängers Miguel Ríos mit dem „Song of Joy“ in kurzer Zeit weltweit über 7 Mio. Mal. In Deutschland war seine Version der „Ode“ 15 Wochen Nr. 1 der Schlager-Hitparade. Als die Firmen Philips und Sony Ende der 1970er Jahre bei der Einführung der CD deren Länge auf 74 Minuten festlegten, war Beethoven der Maßstab: Sie wollten das Abspielen der 9. Sinfonie ohne CD-Wechsel zu ermöglichen.

Chuck Berry's „Roll over Beethoven“ (1956) ist inzwischen legendär, wobei der Titel eigentlich gegen Beethoven gerichtet war: Berrys Schwester hatte das Klavier im Elternhaus immer mit ihrer klassischen Musik belegt und Chuck wollte an den Tasten auch mit seinem Rock n'Roll zum Zug kommen: „Roll over Beethoven“ bedeutet „Räum den Beethoven weg“. Solche Frontstellungen sind inzwischen überwunden: Fast alle wichtigen Musiker im Jazz, Rock und Pop benennen den Bonner Komponisten als wesentlichen Einfluss auf ihr eigenes Schaffen.

So vergisst die inzwischen 76-jährige amerikanische Punk- und Rock-Ikone Patti Smith bei keinem ihrer Bonner Konzerte zu erwähnen, dass der Besuch im Beethoven-Haus für sie zur Selbstverständlichkeit gehört.

Schon zu Lebzeiten war Beethoven ein Mythos. Zu seiner Beerdigung in Wien strömten über 20.000 Menschen. Schneller als jedem anderen zuvor wurde ihm ein Denkmal errichtet. In Bonn wurde es nur acht Jahre nach seinem Tod auf den Weg gebracht und schon 1845 eingeweiht. In Deutschland war dies nach dem Luther-Denkmal in Wittenberg (1821) und dem Gutenberg-Denkmal in Mainz (1837) erst das dritte Denkmal für einen „Bürgerlichen“

Dieses weltweit erste Beethoven-Denkmal wurde freilich nicht wie bei Luther und Gutenberg erst über 250 Jahre nach deren Tod errichtet, sondern nur 18 Jahre nachdem Beethoven gestorben war. Das ist umso auffälliger als andere herausragende Komponisten erst wesentlich später mit einem Denkmal geehrt wurden: Mozart 51 Jahre, Haydn 76 Jahre und Bach erst 94 Jahre nach ihrem Tod.

Beethovens Musik war auch schon früh politische Bekenntnismusik. Das gilt insbesondere für den Schlusschor der 9. Sinfonie. Schillers Text und Beethovens Musik verbinden sich hier zu einem Symbol für Humanität („Alle Menschen werden Brüder“). So wurde die "Ode an die Freude" 1972 zunächst die Hymne des Europarats und dann 1985 der Europäischen Union. Inzwischen ist sie quasi als Europa-Volkslied im Bewusstsein der Menschen verankert.

Unter der Pinochets Militärdiktatur demonstrierten Frauen in Chile mit der Ode für die Freilassung von politischen Gefangenen. Im Juni 1989 sangen Studenten in China die Ode bei ihren Protesten auf dem Platz des Himmlischen Friedens. Leonard Bernstein dirigierte die Neunte 1989 anlässlich des Mauerfalls in Berlin und ersetzte dabei besonders symbolträchtig das Wort "Freude" durch "Freiheit".

Ähnlich wirkmächtig ist das Kopfmotiv der 5. Sinfonie: Mit seinen drei kurze und einem langen Schlag war es im 2. Weltkrieg das Erkennungszeichen der BBC-Auslandssendungen und damit auch ein Freiheitssignal für den Widerstand gegen die Nazis. Im Morsealphabet stehen die Tonlängen für den Buchstaben V wie "Victory".

Aber Beethovens Musik wurde auch politisch missbraucht. Zwar erklang "Fidelio" 1945 in Wien als Zeichen der Befreiung von den Nazis, aber sieben Jahre vorher hatten diese Beethovens Oper bei der Besetzung Österreichs dort als "Siegesoper" zelebriert. Den Machthabern im früheren Apartheid-Regime Rhodesien diente in den 70er Jahren der vierte Satz der neunten Sinfonie sogar als Nationalhymne. 2021 unterlegte der französische Rechtsextremist Zemmour sein Video zur eigenen Präsidentschaftskandidatur mit dem 2. Satz der 7. Sinfonie von Beethoven. Diese Liste ließe sich beliebig fortsetzen.

So sahen sich die weltweit führenden internationalen Beethoven-Gesellschaften 2021 veranlasst, in einer gemeinsamen Erklärung klarzustellen, „dass die Musik Ludwig van Beethovens zutiefst human ist und sich an alle Menschen richtet. Seine Musik und sein kulturelles Erbe sollten niemals von denen missbraucht werden, die Macht durch Hass und Unterdrückung anstreben.“

Vereinnahmt wird Beethovens Musik auch regelmäßig von der Werbeindustrie. Als einige Beispiele mögen hier genügen: Ikea (2001, 6. Sinfonie), Edeka (2005, Mondschein-Sonate), Telekom (2009, Ode an die Freude), Mercedes-Benz (2011, 5. Sinfonie), Samsung (2012, Ode an die Freude), LBS Bausparen (2013, Ode an die Freude), Uhu (2015, Ode an die Freude), Edeka (2020, 5. Sinfonie) oder Redbull (2020, 5. Sinfonie). Anfang 2023 war zu lesen, dass eine walisische Filiale der Fast-Food-Kette mit Beethovens Musik aggressive Jugendliche besänftigen will. In Taichung auf Taiwan wird mit „Für Elise“ die Müllabfuhr angekündigt.

Ähnlich vielfältig und nicht selten skurril findet in zahlreichen Variationen Beethovens Portrait auf T-Shirts, Krawatten, bei Parfum, Wein oder Schokolade. Die 1865 in London gegründete „Liebig’s Extract of Meat Company“ verwendete für ihre populären Sammelbildchen schon 1885 Motive aus Beethovens „Fidelio“.

Überhaupt war und ist kein Komponist als Gegenstand der bildenden Kunst so beliebt wie Ludwig van Beethoven. Schon unmittelbar nach seinem Tod setzte eine bis heute nicht nachlassende bild-künstlerische Rezeption ein. Sie umfasste Nachgüsse der Lebend- und Totenmaske, Medaillen und Büsten. Die Palette reicht von den frühen authentischen Portraits über romantische Idealisierungen bis hin zu modernen Interpretationen und humorvoll-karikativen Werken. Beethoven ist Dauerthema in Malerei, Graphik und Illustration vom Kunsthandwerk bis zur Gebrauchskunst.

Insgesamt ist die Zahl der bildlichen Darstellungen von Ludwig van Beethoven nicht zu überblicken. Beispielhaft für die zeitlose Popularität steht das außerordentlich weit verbreitete Beethoven-Portrait von Joseph Karl Stieler aus dem Jahr 1820, das 1987 von Andy Warhol verfremdet und in die Popkultur überführt wurde.

Auch in der Welt der Comics hat Beethoven einen festen Platz. Der im Jahr 2000 verstorbene Autor und Zeichner der Peanuts Charles M. Schulz gab in der über 50 Jahre täglich erscheinenden Serie dem ewigen Pechvogel Charlie Brown als Hauptfigur schon ab 1951 den besten Freund „Schroeder“ einen bekennender Beethoven-Fan zur Seite. Auf einem Kinderklavier spielt dieser ausdauernd Musik von Beethoven, die in den Cartoons teilweise sogar mit Noten wiedergegeben ist. Die Beethovenstadt Bonn kam dabei ebenso regelmäßig vor wie der Geburtstag Beethovens. Dazu gibt es übrigens die Ausstellung „Schulz’s Beethoven: Schroeder’s Muse“, die online über die Homepage www.buerger-fuer-beethoven.de zugänglich ist.

Beethoven ist auch das erfolgreichste deutsche Briefmarkenmotiv. Zu Eröffnung des Beethoven-Jubiläumjahres präsentierte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Post DHL Group, Franz Appel, am 17. Dezember 2019 im Bonner Alten Rathaus eine 80-Cent-Beethoven-Briefmarke in der Rekordauflage von 626 Millionen Stück. Die bis dahin

populärste deutsche Briefmarke war mit einer Auflage von 282 Millionen Exemplaren die 1961 eben falls in Bonn vorgestellte Beethoven-Kopf auf grünem Hintergrund im Wert von 70 Pfennig. Auch weltweit wurde kein Deutscher mit so vielen Briefmarken geehrt wie Beethoven – mit über 240 verschiedene Briefmarken in über 60 Ländern.

Übrigens wird auch kein Personennamen aus der Musik in Deutschland häufiger für die Namensgebung von Straßen und Plätzen vielen Einrichtungen verwandt als Beethoven. Mit über 1500 Beethovenstraßen und -plätzen gibt es statistisch in jeder deutschen Gemeinde über 10.000 Einwohner bzw. zwei Dritteln aller Gemeinden über 5000 Einwohner mindestens eine Straßenbezeichnung mit dem Namen des Komponisten.

So ist es kaum möglich, Beethoven im Alltag nicht zu begegnen. Allerdings sind die offiziellen Stellen seiner Geburtsstadt Bonn dabei nicht unbedingt Vorreiter. Denkmal, Geburtshaus, Rundgang, die kleinen Statuen mit dem lächelnden Ludwig oder der Beethovenkopf auf manchen Verkehrsampeln – all das wurden bürgerschaftlich initiiert und meist auch finanziert. In Rat und Verwaltung dominiert seit 200 Jahren Schüchternheit den Umgang mit dem größten Sohn der Stadt. Immerhin haben sich die kommunalen Entscheider jetzt vorgenommen, Beethoven als Kristallisationspunkt im touristischen Leitbild für Bonn hervorzuheben. Vielleicht wird er damit auch im Alltag seiner Heimatstadt präsenter.