

47 Orchester Ziele und Maßnahmen

Übergeordnete Ziele

- Kulturelle Angebote für die in und um Köln lebende Menschen
- Programmatik entsprechend dem Rang Kölns als viertgrößter deutscher Stadt und internationaler Musik- und Kunstmetropole gerecht.
- Gesellschaftliche Vielfalt und gesellschaftlicher Wandel als Herausforderung
- Das Gürzenich-Orchester ist „für alle“ da. Dabei sind Angebote für Kinder und Jugendliche, aber auch für Benachteiligte und Randgruppen besonders wichtig.

Die Ziele im Einzelnen und Maßnahmen

Konzerte in der Kölner Philharmonie

- Pro Saison mindestens 36 Sinfoniekonzerte mit 12 eigenständigen Programmen im Abonnement.
- International renommierte Gastdirigenten und Solisten
- Sonderkonzerte, die immer wieder besondere Ereignisse und Anlässe, die für die Kölner Stadtgesellschaft von Bedeutung sind, ins Zentrum rücken.

Konzerte in der Oper Köln und Kammermusik

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts spielt das Gürzenich-Orchester bei den Aufführungen der Kölner Oper. Eine große Herausforderung ist die künstlerische Arbeit unter den besonderen Bedingungen des Interims im Staatenhaus.

Mit zwei eigenen Kammermusikreihen in der Kölner Philharmonie und der Kölner Flora trägt das Gürzenich-Orchester maßgeblich zur Pflege dieses Genres in Köln bei.

Musikvermittlung

- Musikvermittlungsprogramm „ohrenauf!“:
Rund 10.000 Kinder und Jugendliche sowie über 200 Lehrkräfte pro Spielzeit an den vielfältigen Angeboten und Fortbildungen rund um die Konzerte und Workshops des Gürzenich-Orchesters in der Philharmonie, in Schulen, Kindergärten u.a. teil. Hinzu kommen altersgerechte CDs und Publikationen sowie auch die Lunch-Konzerte mit rund 15.000 Besucherinnen und Besuchern pro Saison.
- Angebote für ältere Menschen, Kranke, Benachteiligte und Randgruppen sind wichtige Bestandteile des Programms. In Kooperationskonzerten mit Jugendorchestern und musikalischen Laien trägt das Gürzenich-Orchester nachhaltig zur Musikentwicklung in Köln bei und ermöglicht auch sozial schwach gestellten Menschen einen Zugang zu klassischer Musik.

- Dies soll insbesondere in „Community-Projekten“ unter Leitung des Gürzenich-Kapellmeisters François-Xavier Roth, die auch aktuelle gesellschaftliche Fragen ins Zentrum rücken, in den kommenden Jahren intensiviert werden.

Ur- und Erstaufführungen

- Die Erweiterung des Repertoires durch Ur- und Erstaufführungen ist für die Förderung neuer Musik ebenso wie für die Entwicklung des künstlerischen Profils des Gürzenich-Orchesters grundlegend.
- Das Orchester stärkt im Rahmen von Kompositionsaufträgen in Kooperation mit anderen Orchestern und Konzerthäusern (sog. co-commissions) seine internationale Reichweite und Bekanntheit.
- Ausdruck dieses Engagements ist auch die Benennung von Philippe Manoury als „Komponist für Köln“. Für die Spielzeiten bis 2018/19 hat das Gürzenich-Orchester den Komponisten damit beauftragt, für das Orchester eine große Werktrilogie zu schaffen, die auch die besonderen Aufführungsmöglichkeiten der Kölner Philharmonie hervorhebt.

Sonderprojekte

Mit seinem Amtsantritt hat der Gürzenich-Kapellmeister François-Xavier Roth die Zusammenarbeit mit anderen Kölner Kulturinstitutionen intensiviert und den Austausch mit der freien Szene gesucht. Damit gewinnt er zugleich neue Publikumsschichten für das Gürzenich-Orchester, stimuliert und hebt die Leistungskraft der Kulturmétropole Köln hervor.

Gastspiele und Tourneen

Die regelmäßige Präsenz in den wichtigen Konzerthäusern und bei den bedeutenden Musikfestivals weltweit unterstreicht die Bedeutung und das Renommee des Gürzenich-Orchesters über Köln hinaus. Das Orchester erfüllt damit eine Rolle als Kulturbotschafter seiner Heimatstadt und des Landes NRW.

Medienproduktionen

- Einspielung und Veröffentlichung von Werken des Kernrepertoires und von Wiederentdeckungen und Raritäten auf Tonträgern sowie zunehmend über neue Techniken im Internet wie z.B. Live-
- Medienproduktionen sind für das Erlebnis und die Verbreitung der Marke Gürzenich-Orchester Köln von großer Bedeutung.

Marketing und Sponsoring

- Strategisches Marketingkonzept trägt Früchte:
Die Gesamtauslastung seit 2010 konnte auf über 90% mit entsprechenden

Einnahmenverbesserungen gesteigert werden. Der Zuwachs an Abonnenten von 16% trug entscheidend dazu bei.

- Genauso wichtig ist ein strategischer Sponsoringansatz.

Querschnittsthemen:

Im Rahmen des Programms des Gürzenich-Orchesters zur Musikvermittlung („Ohren auf!“) sind die Themen Inklusion, Partizipation und Teilhabe, Vermittlung und Demografie besonders relevant. Im Rahmen seiner Tourneen und Gastspiele zwangsläufig die internationale Ausrichtung und Perspektive Köln. Im Rahmen seiner Digitalstrategie („GO Plus“) haben die Themen „Soziale Medien“ und „Digitalisierung“ besonderes Gewicht.