

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA GERMANISTIKU
DIPLOMSKI STUDIJ GERMANISTIKE
PREVODITELJSKI SMJER
MODUL A: DIPLOMIRANI PREVODITELJ

Bojana Šprem

Prijevod s njemačkog na hrvatski

Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische

Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche

Prijevod s hrvatskog na njemački

Diplomski rad

Mentorica: Inja Skender Libhard, viša lektorica

Zagreb, 2014.

Sadržaj

Inhaltsverzeichnis

Prijevod s njemačkog na hrvatski

Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische.....2

Grüner, Herbert; Kleine, Helene; Puchta, Dieter; Schulze Klaus-P. (2009):
*Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft. Ein
Handbuch.* Bielefeld: transcript Verlag. S. 23-37.

Njemački izvornik

Deutscher Ausgangstext.....21

Prijevod s hrvatskog na njemački

Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche.....37

Bezić, Nada (2012): *GLAZBENA TOPOGRAFIJA ZAGREBA OD 1799. DO 2010.*
Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo. str. 218-233.

Hrvatski izvornik

Kroatischer Ausgangstext.....69

Literatura

Literaturverzeichnis.....86

Prijevod s njemačkog na hrvatski

Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische

Grüner, Herbert; Kleine, Helene; Puchta, Dieter; Schulze, Klaus-P. (2009):

Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft

Ein Handbuch. Bielefeld: transcript Verlag. S. 23-37.

→ OPĆI UVJETI ZA OSNIVANJE TVRTKE

U KREATIVNOJ EKONOMIJI

ULRICH RUH¹, KLAUS-P. SCHULZE

1. Uvod | 23
 2. Što je uopće kreativna ekonomija? | 24
 3. Važnost novootvorenih tvrtki u kreativnoj ekonomiji | 25
 4. Preduvjeti za uspješno osnivanje tvrtke | 26
 5. Sažetak | 36
- Literatura | 37

1. UVOD

Kreativna ekonomija godišnje bilježi prosječnu stopu rasta od približno četiri posto čime je za njemačko gospodarstvo danas postala gotovo jednako važna kao i automobilska industrija. Kreativni sektor predstavlja vrlo perspektivno tržište. Skromni početni kapital, fleksibilni oblici rada i prilagodljivo radno vrijeme, izvrsne mogućnosti za usklađivanje posla i obitelji te prilika za povezivanjem kreativnih ideja i gospodarskoga uspjeha, čimbenici su koji govore u prilog osnivanju vlastite tvrtke u kreativnoj ekonomiji. Međutim, osamostaljenje otežavaju nedovoljna pripremljenost potencijalnih osnivača, ograničena dostupnost financijskih sredstava i prihvatljivih poticajnih programa, niska profitna marža te suočavanje sa „solo igračima“ koji se pojavljuju u gotovo svim gospodarskim granama baveći se individualnim

¹ Ulrich Ruh, rođen 1954. godine, studirao je kemiju i patentno pravo u Rostocku i Berlinu, a radio je na vodećim pozicijama baveći se istraživanjem i razvojem. Nekoliko je godina samostalno djelovao na području obrazovanja odraslih. Od 2001. godine radi u agenciji *ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH* kao savjetnik pri otvaranju malih tvrtki, a specijalizirao se za inovativne i tehnološki orijentirane projekte.

poduzetništvom. Uloga pojedinačnog poduzetnika u kreativnoj ekonomiji podrazumijeva osmišljavanje i razvijanje ideja, organiziranje posla i stvaranje strategija, obavljanje tehničkih poslova i vođenje knjiga. Samo ako se stvore dodatni kapaciteti za razvoj tvrtke i objektivan pogled na vlastito poslovanje, ako se menadžerske sposobnosti povežu s tržišnom usmjerenošću, te ako se razvijaju strateški savezi, moguće je osnovati tvrtku koja neće podleći financijskoj krizi. Poznavanje određene grane gospodarstva i njezinoga razvoja, prepoznavanje vlastitih vrlina i mana te posjedovanje poduzetničkih kompetencija za svakoga su potencijalnog osnivača preduvjet za povezivanje kreativnosti i uspjeha u pojedinačnim granama kreativne ekonomije.

Poglavlja u nastavku ove knjige obuhvaćaju različite teme: od tumačenja kreativne ekonomije s obzirom na njezine posebnosti preko opisivanja i procjenjivanja važnosti osobnih, gospodarskih i društvenih uvjeta za otvaranje tvrtke pa sve do preduvjeta potrebnih za ostvarenje poduzetničkoga uspjeha. Osim toga, njemačka savezna zemlja Brandenburg poslužit će kao primjer na kojemu će se prikazati kako se može potaknuti otvaranje tvrtke u kreativnoj ekonomiji.

2. ŠTO JE UOPĆE KREATIVNA EKONOMIJA?

Ideje i kreativnost glavni su pokretači gospodarskoga razvoja i međunarodne konkurentnosti u društvu znanja. Kreativnost je u gospodarstvu tražena, dok je u kreativnoj ekonomiji ključna.

Radi sustavnoga razgraničenja, pojam kreativne ekonomije u *Izvyještaju o kulturnoj ekonomiji u Brandenburg* definiran je kao povezivanje kulturne ekonomije i kreativne industrije.²

Kulturno gospodarstvo i kreativna industrija ostvarili su 2005. godine samo na

²Pojam kreativna ekonomija podrazumijeva devet statističkih gospodarskih grana: nakladništvo i glazbeno izdavaštvo; film; radio; scensku i likovnu umjetnost; književnost i glazbu; novinarske urede; muzejske prodavaonice i umjetničke izložbe; maloprodaju knjiga, notnih materijala i umjetnina; arhitektonske i dizajnerske urede. Kreativna industrija proširuje tu grupu sastavljenu od devet grana na još dvije: marketing i industriju video igara.

brandenburškom području godišnji promet od 730,7 milijuna eura u 3.570 tvrtki sa 16.700 zaposlenika.³ Većina tih tvrtki djeluje kao samostalni obrtnik i pritom ne zapošljava druge radnike. Zadnjih su godina brandenburšku poduzetničku klimu u kreativnoj ekonomiji obilježile vrlo dinamične promjene: uspoređujući 2000. i 2005. godinu zabilježen je porast broja tvrtki od 15 %, ali istodobno i pad cjelokupnog prometa u jednakome rasponu.⁴ Međutim i unutar grane kreativne ekonomije mogu se primijetiti znatne razlike. Dok je primjerice u tvrtkama za dizajn (+143 %) ili proizvodnju softvera/računalnih igara (+64 %) u spomenutome razdoblju promet uvelike porastao, kod „klasičnih” zanimanja u području kulture – kao što su novinari (-40 %), arhitekti (-41 %) i scenski umjetnici (-1 %) – djelomično je došlo do znatnoga pada prometa.⁵ Tako je primjerice godišnji promet samostalnih umjetnika pao s 19.150 eura, koliko je iznosio 2000. godine, na 9.900 eura 2005. godine.⁶

3. VAŽNOST NOVOOTVORENIH TVRTKI U KREATIVNOJ EKONOMIJI

Koncept tvrtke u kreativnoj ekonomiji sve je više obilježen individualnim poduzetništvom. U toj se vrsti poduzetništva komponenta samostalnoga poslovanja odnosi na samoodgovorno obavljanje poduzetničke djelatnosti u kojoj je vlastiti uspjeh ujedno i jedini cilj. Na početku te poduzetničke djelatnosti stoji otvaranje tvrtke. Za osnivače u kreativnoj ekonomiji to znači predstavljanje vlastite, nove ideje, izuma, umjetničkoga djela, ukratko „nečega novog”. Rezultat kreativnoga stvaranja u gospodarskome smislu postaje relevantan tek kada ga je moguće ponuditi na tržištu u obliku proizvoda ili usluge. Dakle, otvoriti tvrtku u kontekstu

³ Usp. Söndermann, Michael/Strittmatter, Thomas Dr.: Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg, Empirischer Grundlagenbericht im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg, Potsdam, 2007.

⁴ Ibid., str. 11.

⁵ Ibid., str. 12.

⁶ Ibid., str. 17.

kreativne ekonomije znači poduzeti niz mjera, počevši od kreativnoga procesa stvaranja novoga proizvoda ili usluge, sve do poduzetničkih djelatnosti na tržištu. Mnoga istraživanja iz područja kreativne ekonomije hvale izvanredan poduzetnički duh koji vlada u toj gospodarskoj grani, no pritom zaboravljaju napomenuti posebne prepreke pred kojima se nađu osnivači kada otvaraju tvrtku. Naime, oni ignoriraju rizike koji su povezani s osnivanjem bilo koje vrste tvrtke jer su nedovoljna priprema te nedostatak osobnih preduvjeta i kapitala samo neki od problema koji su doveli do neuspjeha brojnih osnivača. „U Berlinu primjerice posluje 6.300 dizajnerskih tvrtki, a prema nekim procjenama provedenim unutar te gospodarske grane otprilike dvanaest tvrtki izvozi svoje proizvode klijentima širom svijeta. Daljnjih 300 pripada srednjem poduzetništvu, dok su preostale tvrtke samo sitne ribe – spremne na sve, pa tako i na spavanje ispred uključenih zaslona u uredu ili ateljeu – čvrsto uvjerenе da će s dovoljnom količinom inspiracije nekako opstati. Oni su kreativci u srcu.”⁷

Naravno ima i onih drugih poput Larryja Pagea i Sergejja Brina, izumitelja Googlea, a postoji i nekolicina istaknutih, uspješnih dizajnera i umjetnika. No tu je i mnoštvo gubitnika koji nisu ostvarili svoj cilj. Ovo nije strastven govor protiv procvata koji su doživjele novootvorene tvrtke u kreativnoj ekonomiji, već upozorenje na to da se za otvaranje tvrtke treba pomno pripremiti i razmotriti sve važne izgledе i rizike. Da bi novoosnovana tvrtka bila gospodarski uspješna, potrebno je uzeti u obzir velik broj preduvjeta, a u nastavku teksta bit će riječi o nekima od najvažnijih.

4. PREDUVJETI ZA USPJEŠNO OSNIVANJE TVRTKE U KREATIVNOJ EKONOMIJI

Osobni preduvjeta

⁷Lotter, Wolf: „Die Gestörten“ u: Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin, Berlin 2007., str. 38.

Poduzetnici koji razmišljaju o osnivanju tvrtke u kreativnoj ekonomiji najčešće su se obrazovali na vrlo visokoj profesionalnoj razini. Opsežno su i kvalitetno pripremljeni za poslove koji ulaze u područje njihova zanimanja, ali i ne baš tako dobro na situaciju koja ih čeka na pojedinome tržištu rada. Žive u vlastitome svijetu u kojemu vladaju posebni zakoni, a žele sudjelovati na tržištu, i to u gospodarstvu koje se sve više globalizira i u kojemu se umjetnost i kultura sve više prilagođavaju uvjetima tržišta. Međutim, oni još (uvijek) nisu stekli iskustva u ulozi poduzetnika ili osnivača vlastite male tvrtke; ne raspolažu tržišnim strategijama i kreditima za pokretanje posla, ne snalaze se u programima za poticanje poduzetništva, ne obraćaju dovoljno pozornosti na poduzetničke kompetencije koje najčešće ionako još moraju razviti. No ipak žele ponuditi svoje usluge u onome području života koji se često smatra luksuzom, a da pritom nije sasvim jasno tko će ubuduće plaćati taj luksuz. S tom prilikom pred očima upitno je na koji način stvoriti osobne preduvjete za uspješno otvaranje tvrtke u kreativnome području? Vrijedne informacije i poticaje pružaju nam biografije poduzetnika kojima je to pošlo za rukom. Većina ih je svoju karijeru započela na niskim pozicijama pa je zanimljivo vidjeti koje su ih osobine dovele do uspjeha. Mnoge su njihove početne pogreške karakteristične za projekte osnivanja tvrtki u kojima, naravno, često i zrnice sreće igra ulogu. No uspjeh uvijek podrazumijeva i sposobnost prepoznavanja povoljnih prilika, razvijanja upornosti i stvaranja novih ideja. Nedostatak alternativnoga izvora prihoda zvanoga „stalno zaposlenje“ upravo će u kreativnoj ekonomiji postupno povećati pritisak koji nastaje pri pokušaju razvijanja poslovne budućnosti samostalnoga poduzetnika. Međutim, sama ta okolnost više je opasnost nego prilika. Pozitivno je da kreativci u većini slučajeva već u nekom dodatnom zaposlenju nauče obavljati poduzetničke poslove, a da toga ni sami nisu svjesni: razvijaju usluge, određuju cijene, svjesno se ili nesvjesno bave marketingom. I unatoč tome ne smatraju se poduzetnicima. Tek u trenutku kada opcija samostalne tvrtke poprimi stvaran oblik, postaju svjesni koji su preduvjeti potrebni i koje ih posljedice čekaju. Povrh

prepoznavanja povoljne prilike i izgleda na tržištu, potencijalni se osnivači tvrtki, prije nego što se suoče s odlukom „za ili protiv“ samostalnog poduzetništva, susreću s trima pitanjima:

- Kako povezati svoje stručne kvalifikacije i kreativan potencijal s razvojem svojih poduzetničkih kompetencija?
- Kako pretvoriti financijske prepreke koje se pojavljuju u poduzetništvu u prikladne uvjete te tako stvoriti temelj koji će mi osigurati egzistenciju?
- Kako osigurati poziciju u svijetu samostalnih poduzetnika proširujući svoju tvrtku i to s ciljem da postanem stalan partner naručitelja?

Svaki posao usmjeren je na iskorištavanje sposobnosti i vještina pojedinaca. Međutim, posao samostalnoga poduzetnika zahtijeva obilje osobina i kompetencija koje često nadilaze ono za što je pojedinac sposoban pri savršenoj i kvalitetnoj izvedbi zadataka kakvu takva vrsta posla traži. Iz toga proizlazi da su u načelu osnivanja u timu uspješnija od pojedinačnih, iako u „klasičnoj“ kreativnoj ekonomiji pravilo čini tzv. „individualno poduzetništvo“ koje ne teži ekspanziji, već tome da ostvari prihode dovoljne za život. Pritom se, osobito kod žena, u prvome planu nalaze vremenska i poslovna fleksibilnost i neovisnost, koje im, primjerice, omogućavaju usklađivanje posla i obitelji. Situacija u kojoj se nalaze individualni poduzetnici ponekad je vrlo teška, a za njezino poboljšavanje ključne su pretpostavke velika unutarnja motivacija i jaka identifikacija s poslom. Usto dolazi i osobna strategija kojom se poslovni identitet i potrebno osiguravanje egzistencije međusobno dovode u ravnotežu.

Individualno poduzetništvo unutar kreativne ekonomije ne mora i ne smije se percipirati kao niži stupanj poslovanja jer individualna djelatnost ne nudi samo poslovne perspektive već i impulse za pojedinačne regije koje na taj način postaju privlačne kao mjesta poslovanja i stanovanja. No ni individualno poduzetništvo ne može funkcionirati bez otvorenoga pristupa zajedničkomu radu. Naprotiv: Pomoć i otvorenost za prijedloge i savjete

drugih na različitim razinama i izvan vlastitih poduzetničkih struktura prilika su i temelj za uspjeh i atraktivnost individualnoga poduzetništva u kreativnome području. U pravilu ipak vrijedi da će, neovisno o tome otvara li se tvrtka individualno ili u timu, uspjeti samo oni koji će se u dovoljnoj mjeri kvalificirati i koji su svjesni toga da moraju djelovati kao poduzetnici kako bi zadovoljili raznolike zahtjeve samostalnoga poduzetništva. Sama kreativnost nije dovoljna. Prije svega je važno poznavati mikroekonomiju. Kako bi otvaranje tvrtke bilo uspješno te kako bi osigurao vlastitu egzistenciju, za poduzetnika su, osim toga, važne i vlastita motiviranost, izdržljivost te težnja za neovisnošću. Ključ za uspjeh, gospodarski i kreativni, leži u spoznavanju vlastitih granica i sposobnosti te u njihovoj razboritoj upotrebi. Za svakoga osnivača to znači:

- spremno otkrivati i spoznavati vlastite nedostatke;
- usmjeriti se na daljnje stjecanje kvalitetnoga profesionalnog iskustva;
- anticipirati ulogu poduzetnika, učiti i prihvaćati poduzetničke obaveze;
- od samoga početka uključivati privatni život u posao;
- ispitivati mogućnosti suradnje;
- prepoznavati posebnu važnost koju ima marketing i djelovati u skladu s tim;
- tražiti kvalificirane suradnike koji su se specijalizirali u određenim područjima;
- izgraditi vlastitu mrežu kontakata.

Samostalna tvrtka u području kreativne ekonomije bit će uspješna jedino ako se poslovno samoostvarenje i gospodarska upotrebljivost vlastitih sposobnosti povežu s fleksibilnošću i izgradnjom pouzdanih i učinkovitih osobnih, socijalnih i poslovnih mreža.

Preduvjeti u okolini

Svaka medalja ima lice i naličje – a to vrijedi i za samostalno poduzetništvo: S jedne strane pruža manevarski prostor odlučivanja i različite slobode, a s druge strane vodi do velikoga pritiska i još većih rizika nego što je to slučaj kada se radi za nekoga. Usto se često pojavljuju i sumnje u samoga sebe te strah od nepoznatoga, od neuspjeha. No one poduzetnike, koji se ipak odluče ostvariti svoj san, na to potiču različiti motivi koji mogu, a i trebali bi, izmijeniti čitav njihov život. Sve počinje „kreativnim impulsom“ i porivom za njegovim ostvarenjem na što se nadovezuju i nezadovoljstvo vlastitom situacijom, promjene u obitelji ili jednostavno želja da se napokon postane sam svoj šef. Međutim, oni motivi, koji u idealnoj situaciji vode do koraka prema samostalnome poduzetništvu, uvjerenost su u vlastite potencijale i želju za uspjehom. Nevažno kakva je početna situacija: Put prema samostalnome poduzetništvu trnovit je, iako se u početku čini kao da je posut ružama. Možemo uspjeti samo ako smo okruženi odgovarajućom osobnom, gospodarskom i društvenom sredinom. U pripremnoj fazi osnivanja tvrtke poduzetnici bi trebali razmotriti svoje planove sa svima na koje bi njihov novi posao mogao utjecati, osobito s partnerima i članovima obitelji. Pritom bi se trebali analizirati svi rizici i posljedice gospodarske samostalnosti, uključujući uspješno poslovanje, ali i poslovne poteškoće i neuspjeh te njihov utjecaj na privatni život. Dio njihove okoline čine i neposredna i daljnja gravitacijska područja, dakle ulica, gradska četvrt i sam grad, regija, savezna zemlja ili država. Kada poduzetnik odabire lokaciju za sjedište svoje tvrtke, a time određuje i okružje u kojem će poslovati, trebao bi uzeti u obzir određene kriterije. U tu svrhu razlikujemo kvalitativne i kvantitativne lokacijske uvjete. Kvantitativni se uvjeti mogu izraziti podacima i brojevima te se njihov utjecaj na rad tvrtke može izmjeriti. Među najvažnije kvantitativne uvjete, ovisno o njihovoj važnosti za otvaranje tvrtke, ubrajaju se:

- kupci i njihove potrebe, blizina kupaca te njihova kupovna moć;

- suradnici i dostavljači, blizina suradnika i dostavljača, paleta njihovih usluga i kvaliteta tih usluga;
- konkurencija, blizina konkurencije i njezina paleta usluga;
- poslovni prostori i površine, njihova raspoloživost i troškovi;
- porezni čimbenici;
- raspoloživost radne snage i njihova kvalifikacija;
- eventualno i znanstvena sredina.

Za razliku od kvantitativnih, kvalitativni se uvjeti teško mogu izmjeriti. Međutim, oni mogu imati važnu ulogu u motivaciji za rad i u daljnjem razvoju. Kvalitativni su uvjeti:

- kulturna sredina;
- dojam o lokaciji i kvaliteta života na tome prostoru;
- mogućnosti savjetovanja i konzultiranja na toj lokaciji;
- komunalna uprava, servisi te javne ustanove i vrijeme koje im je potrebno za obradu podataka.

Gospodarski prijelaz iz industrijskih struktura u društvo znanja i usluga doveo je do razvoja novih gospodarskih grana kao što je to slučaj s informacijskim tehnologijama, medijima i arhitekturom. Taj je preokret popraćen gospodarskim i mentalnim promjenama te promjenama u interesu za kulturu i za aktivnosti kojima ispunjavamo slobodno vrijeme. U skladu s time razrađena se kreativna ekonomija mora percipirati kroz povoljnu lokaciju jer će kreativna tvrtka svoje temelje izgraditi samo na onim mjestima na kojima se i gospodarske strukture pozitivno razvijaju. Pozornost treba obratiti i na to da se na samostalno

poduzetništvo ne smije gledati sa socijalnoga aspekta ili s aspekta politike tržišta rada, a ne smije ga se percipirati ni kao „slamku spasa“ odnosno alternativu za nezaposlenost, već kao mogućnost i način za samostalno poslovanje. Dakle, poticaj za samostalno gospodarstvo ne smije ležati u državnome sustavu stimulatavnoga nagrađivanja ili osobnoj neprilici. Ne smije ni biti orijentirano isključivo na osiguravanje sredstva za troškove života pa da prvom prilikom ponovno postanemo nečiji zaposlenik. Onim poduzetnicima, koji imaju dovoljno potencijala, treba pružati podršku prilikom otvaranja tvrtke, a jednako ih tako i motivirati na osamostaljivanje. Stoga bi tema osnivanja vlastite tvrtke trebala postati čvrstom sastavnicom u nastavi i istraživanjima na sveučilištima, posebno na umjetničkim akademijama. Iako kreativnost nije ostvariva bez poduzetničkoga duha, neosporivo je da upravo kultura i umjetnost ne podliježu čistim ekonomskim procjenama i da zahtjeve kulture ne može prikazati analiza troškova i koristi, provedena na kulturnome području i utemeljena isključivo na novčanim aspektima. Dakle, poduzetnički je duh nužan, ali i ne jedini uvjet za uspjeh u kreativnoj ekonomiji.

Tržište i marketing

Ako se pri osnivanju tvrtke kreativnost kao proizvodni čimbenik spoji s tržišnom usmjerenošću, istodobno se ostvaraju idealizam i gospodarski uspjeh. U gospodarskome smislu tržište predstavlja apstraktan susret ponude i potražnje.⁸ U našem bi slučaju to značilo: Tržište koje je orijentirano na određeni kreativni proizvod ili uslugu podrazumijeva i odgovarajuću potražnju potencijalnoga kupca i ponudu odgovarajućega osnivača. U kojoj je mjeri osnivanje tvrtke bilo uspješno, određuje se prema tome koliko je kupovne moći osnivač uspio usmjeriti na vlastitu uslugu. Da bi u tome bio uspješan, ključna je jedinstvenost kreativne ponude, ali i njezina pojedinačna cijena i zainteresiranost klijenata. Kako bi se taj zadnji čimbenik stimulirao, poseže se za marketinškim alatima. Marketing znači informirati,

⁸ Usp. Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 14. izd., München 1981., str. 553ff.

ali i zainteresirati kupca s ciljem da ga se u konačnici navede na određeno ponašanje za vrijeme kupnje. No što to „navodi“ kupca na neko ponašanje? Što on točno očekuje od ponuditelja usluge? Kakvu cijenu i u kojem vremenskom rasponu? Sve su to pitanja koja treba oprezno analizirati prije nego što se krene s osnivanjem tvrtke. Taj se postupak zove analiza tržišta. Treba je provesti vrlo oprezno jer u konačnici tržišna potražnja određuje hoće li kupac prihvatiti ili odbiti ponudu. Iz toga je jasno vidljivo da je u samome gospodarskom smislu odnos prema tržištu odlučujući čimbenik koji određuje uspješnost osnivanja tvrtke. Naravno, za pojedinca koji otvara tvrtku u kreativnoj ekonomiji uspjeh može imati i sasvim drugačije dimenzije poput realizacije ideje, društvenoga priznanja i samoostvarenja. Što se individualni doživljaj uspjeha više poklapa s gospodarskim uspjehom, to će se tvrtka dugoročnije održati.

Poduzetnik koji želi otvoriti tvrtku u kreativnoj ekonomiji mora računati na sljedeće:

- tržišna je transparentnost u pravilu loša što otežava sastavljanje vjerodostojne analize tržišta;
- u početnoj se fazi može provoditi samo niskobudžetni marketing;
- ako postoji nesklad između tržišne potražnje i vlastitih težnji, koje su dovele do osnivanja tvrtke, potrebno je naći „kompromis“;
- kreativnost podrazumijeva i stalne promjene zbog čega je potrebno neprestano pratiti kretanje na tržištu.

Često, a naročito na početku, početna ponuda koja nastane pri planiranju otvaranja tvrtke nije dovoljna da bi se pokrio minimalni promet. U tom slučaju poduzetnik mora pronaći i razviti dodatne ponude kojima će proširiti i nadopuniti vlastitu lepezu usluga. To se može postići strateškom suradnjom što je gotovo uvijek produktivnije od individualnoga poslovanja. Tek proširenjem vlastite ponude i udruživanjem u specijalizirane grupe, koje nastaju suradnjom s drugim samostalnim poduzetnicima, kreativni planovi za otvaranje tvrtke dobivaju poticaj koji može dovesti do postizanja minimalnoga prometa i povećanja prijašnjega.

Konkurencija

Tvrtka može opstati na tržištu i osigurati prednost pred konkurencijom samo jedinstvenom prodajnom ponudom. Pod pojmom „jedinствена prodajna ponuda“ podrazumijevaju se ona obilježja usluge kojima se u očima potrošača jedna tvrtka jasno ističe u odnosu na drugu tvrtku, odnosno konkurenciju. To je osnovno načelo koje ne vrijedi samo pri osnivanju tvrtke već i općenito u svim granama gospodarstva. Za uspjeh tvrtke važno je odrediti i zadržati razlikovno obilježje, pa čak i kada se radi o rastućem tržištu kakvo je kreativno poduzetništvo. I dok je diferencijacija proizvoda već gotovo čvrsta sastavnica rezultata rada u umjetničkim vodama, u drugim se kreativnim granama tek treba razviti. Tržište mora biti upućeno u jedinstvene prodajne ponude, te one moraju biti prepoznatljive za ciljne grupe. Drugim riječima, jedinstvene ponude u prodaji moraju biti svima poznate. One čine srž svake marketinške strategije. Skupini samostalnih odnosno pretežno malih kreativnih poduzetnika često je teško dugoročno očuvati takve ponude. Pravna zaštita za kreativne ideje i koncepte najčešće je slaba ili uopće ne postoji. Osnivači na taj način moraju dijeliti plodove svoje kreativnosti i ne mogu osigurati prednost u tržišnome natjecanju.

Zbog toga je već u trenutku kada se planira osnivanje tvrtke nužno provjeriti je li potrebna vlastita strategija zaštite prava, te se konzultirati sa stručnim savjetnikom. Kada se radi o zaštiti vlastitih ideja, preporučljivo je razmisliti i o suradnji s tvrtkama koje nisu izravni konkurenti. Poznato je da konkurencija ne spava. Nitko nije sam na tržištu. Uvijek će se naći niz ponuđača koji nude iste ili slične usluge. Dakle, svakoga je dana potrebno iznova pridobiti naklonost klijenata, održavati kontakt s konkurencijom i „njevovati“ odnos s kupcima. Mnogi osnivači tvrtki uopće ne razmišljaju o konkurenciji. Toliko su zaposleni vlastitim životom i osnivanjem tvrtke da se ne obaziru na taj važan aspekt, a ni na zaštitu vlastitih ideja. No to je pogreška koju treba izbjegavati iz dvaju razloga:

1. Konkurencija znači podjelu tržišta među tvrtkama, dakle manje prometa. Samo onaj poduzetnik koji zna koliko su konkurenti jaki može dobro reagirati. Ponekad je bolje, kada se planira osnivanje tvrtke, u potpunosti odustati od realizacije određene poslovne ideje ili promijeniti koncept da bi se izbjeglo suočavanje s prejakom konkurencijom.
2. Mnogo se toga može naučiti promatrajući konkurenciju: mnogo pozitivnoga u što bi se trebalo ugledati, ali i mnogo negativnoga što se može bolje odraditi i čime se može ostvariti ili održati prednost pred konkurencijom.

Vrlo je važno: Konkurenciju treba kontinuirano pratiti ne samo na početku osnivanja, već i nakon otvorenja tvrtke, a isto treba primijeniti i na provjeru zaštite postojećih prava. Ono što vrijedi za praćenje tržišta vrijedi i za konkurenciju: Nepoduzetnost je korak unazad, a rješavanje pravnih odnosa često je od presudne važnosti. Pri svakome osnivanju tvrtke potrebno je uzeti u obzir da konkurencija, ovisno o području poslovanja, ne postoji samo na domaćemu tržištu, već i na međunarodnoj razini.

Poslovni plan - instrument uspjeha

Poslovni je plan program za uspješno poslovanje i ulaznica na tržište.

Analiziramo li pojam „uspješnoga“ samostalnog poduzetnika u području kreativne ekonomije, dolazimo do zaključka da je on prije svega individualno obilježen. Za mnoge osnivače uspjeh znači samoostvarenje, održivost, zadovoljstvo i socijalni status, ali isto tako i da poduzetnik svojim samostalnim radom osigurava dovoljno prometa, mirovinsko osiguranje i upravljanje rizikom te da može sudjelovati u društvenome i kulturnome životu. No uspjeh može značiti i zauzimanje vodeće pozicije na tržištu, i to u regiji, izvan granica regije i globalno. U konačnici uspjeh je gotovo uvijek ostvarenje vlastite vizije. Djelomično se može planirati, no ne može se ostvariti bez vizije i koncepta. U kontekstu osnivanja tvrtke

planiranje uspjeha postiže se poslovnim planom koji iznosi detaljan pregled općih uvjeta i tržišnih prilika. Pritom su najvažniji čimbenici jasan i inovativan koncept, jasno pozicioniranje, te sažeta definicija ciljeva i ciljnih grupa koje tvrtka želi pridobiti. Kako bi se sve to u potpunosti i sustavno razjasnilo te kako bi se odredio poduzetnički cilj, poslovni plan mora biti iskren, jasno strukturiran, realan te razumljiv za neupućene. U njemu su „razrađeni“ svi aspekti važni za osnivanje tvrtke: ideja, uvjeti na tržištu, tržišno natjecanje, usluge, lokacija, pravni oblik, perspektive za budućnost, zaštita i osiguranje investicija, rentabilnost, likvidnost, financiranje i još nešto što ne treba zaboraviti – zaštita intelektualnoga vlasništva. Kako bi se dugotrajno osiguralo osnivanje tvrtke, potrebno je stalno razvijati poslovni plan i neprekidno ga provjeravati tzv. kontrolingom. Poslovni se plan sastavlja polagano – korak po korak. No osnivači u kreativnoj ekonomiji u pravilu razmišljaju kompleksno sastavljajući sadržajno zahtjevan plan. Međutim, potrebno je stati na kraj toj prividnoj suprotnosti. Pišući poslovni plan, osnivači se suočavaju s najvažnijim koracima koje moraju poduzeti kako bi njihovo otvaranje tvrtke teklo onako kako su oni to isplanirali i kako bi zadržali kontrolu svjesni rizika u koji se upuštaju.

Mogućnosti poduzetničke podrške u Brandenburg

Brandenburg je 2007. godine učvrstio vodeću poziciju među njemačkim saveznom zemljama s najviše novoosnovanih tvrtki u Istočnoj Njemačkoj i nalazi se iznad prosjeka sa stopom samostalnih poduzetnika od 12, 2 posto. U tome je veliku zaslugu imala poduzetnička mreža „*Gründungsnetz Brandenburg*“ koja djeluje na prostoru cijele savezne zemlje. U tu su mrežu uključeni svi važni sudionici koji podupiru otvaranje vlastitih tvrtki i nude mogućnost poduzetničke podrške osnivačima iz svih gospodarskih grana. Već su 2000. godine resori za gospodarstvo, rad, znanost i obrazovanje brandenburške vlade pod vodstvom Ministarstva gospodarstva udružili snage kako bi poduprli osnivanje vlastitih tvrtki. Organizaciji su se 2002. godine pridružile i brandenburške komore, a 2003. godine i konferencija rektora i

predstavnik brandenburških fakulteta te regionalni ured za Berlin-Brandenburg pod vodstvom njemačkoga Zavoda za zapošljavanje. Nakon što je u travnju 2007. godine ostvarena suradnja s bankama *Bürgschaftsbank Brandenburg GmbH* i *InvestitionsBank des Landes Brandenburg (ILB)* te s agencijama *ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH (ZAB)* i *Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) Brandenburg GmbH* poduzetnička se mreža proširila na sve brandenburške aktere koji su važni u procesu osnivanja vlastite tvrtke. Prva adresa na koju bi se građani zainteresirani za otvaranje vlastite male tvrtke trebali javiti jesu industrijske i trgovačke odnosno obrtničke komore. Osim toga postoje i lokalne i regionalne inicijative te centri za otvaranje tvrtki kojima se poduzetnici mogu obratiti za poslovno savjetovanje. U slučaju da se radi o inovativnome i tehnološki orijentiranome projektu, poduzetnici bi se u prvome redu trebali obratiti agenciji *ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH*. Prikladnu platformu za provedbu poslovne ideje u uspješan poslovni plan nudi najuspješnija njemačka regionalna inicijativa za osnivanje poduzeća *Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg*. U odluci za samostalno poduzetništvo pomažu tzv. savjetodavne službe. One pružaju podršku pri odgovaranju na pitanja koja se javljaju prije otvaranja tvrtke, a prate i prve korake poduzetnika nakon pokretanja posla. Savjetodavne službe nalaze se u svakome dijelu Brandenburga, a zadužene su, ovisno o tome na što su se orijentirale, za nezaposlene, strance, fakultetski obrazovane ljude ili mladež. Sve aktualne informacije i kontakti navedeni su na internetskoj stranici www.gruendungsnetz.brandenburg.de. Središnja institucija za poticanje gospodarstva u Brandenburg, agencija *ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH* (www.zab-brandenburg.de), svoj je cjelokupni spektar usluga usmjerila na osnivanje tvrtki u području medija te informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Agencije *Landesagentur für Struktur und Arbeit GmbH Brandenburg* i *ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH* u sklopu projekta „*Innovationen brauchen Mut*“ (Za inovacije je potrebna hrabrost) (www.innovationen-brauchen-mut.de) nude besplatan i umrežen *coaching* za inovativne projekte prije samoga otvaranja tvrtke. Projekt se financira sredstvima iz Ministarstva rada,

socijalne politike, zdravstva i obitelji i Europskih socijalnih fondova, a u kategoriji „uslužnih djelatnosti za koje je potrebno fakultetsko obrazovanje“ dostupan je i za poduzetnike iz kreativne ekonomije. Fakulteti su 2006. godine u Brandenburg u osnovali Institut za otvaranje i podupiranje malih i srednjih poduzetnika koji je partner i središnje odredište za sve akademske projekte u kojima sudjeluju fakulteti i izvansveučilišne istraživačke ustanove u Brandenburg. Zahvaljujući projektu MEDIA EXIST, koji financira njemačko Ministarstvo gospodarstva i tehnologije, Brandenburg raspolaže prvim centrom za osnivanje poduzeća na području medija (www.mediaexist.com). Ponuda, koju je razvio Institut za poslovno istraživanje i poduzetničko planiranje u medijima na Visokoj filmskoj školi „Konrad Wolf“, prilagođena je posebnim potrebama u medijskoj industriji. Cilj je toga projekta osnivačima vlastite tvrtke, fakultetski obrazovanim osobama, polaznicima te škole i drugih škola za medije olakšati uspješno otvaranje vlastite tvrtke. Projekt „*KulturGewerbeQuartier Schiffbauergasse*“ u Potsdamu, glavnome gradu Brandenburga (vidi www.schiffbauergasse.de/innopunkt), u sklopu tzv. programa INNOPUNKT (vidi www.lasa-brandenburg.de) podupire Ministarstvo rada, socijalne politike, zdravstva i obitelji, ali i inicijativa za stjecanje kvalifikacija i vještina i regionalna mreža „Kulturna putovanja u Brandenburg“. Uz novo izgrađena kazališta u ulici *Schiffbauergasse* nalaze se i centar za umjetnost, sociologiju i kulturu namijenjen slobodnim nositeljima kulture, prostori softverskog koncerna Oracle i dizajnerski centar VW-a. Cilj je INNOPUNKT-a umrežavanjem, *coachingom* i kvalifikacijama uzajamno pojačati kulturu i srednje poduzetništvo, te tako inovativnim impulsima potaknuti zapošljavanje i regionalni rast. Projektom „Kulturni turizam u Brandenburg“ nastoji se kvalifikacijama potrebnima u praksi i umrežavanjem senzibilizirati sudionike iz područja kulture i turističkih tvrtki za osmišljavanje kulturne i turističke ponude koja je spremna za tržište, a potencijalni korisnici je odmah mogu rezervirati.

5. Sažetak

Kreativna je ekonomija u Njemačkoj postala vrlo važna gospodarska grana s visokom godišnjom stopom rasta. Obuhvaća područje kulturne ekonomije s gospodarskim granama izdavaštva i filmske industrije, scenske i likovne umjetnosti te kreativne industrije u koju se uz navedene ubrajaju i proizvođači softvera za video igre. Razvijanje samostalnoga poduzetništva sve je karakterističnije za sliku kreativne ekonomije u Njemačkoj. Svaki samostalni posao počinje osnivanjem tvrtke. Pritom korak prema samostalnosti zahtijeva pomnu pripremu, a nedostatak alternativnih načina zapošljavanja i praćenje samo vlastitih ideja nikako ne pomažu. Održive novoosnovane tvrtke u kreativnoj ekonomiji moraju naći sredinu između individualne želje za samoostvarenjem i gospodarske tržišne orijentiranosti što poduzetnici koji su se obvezali vlastitome kreativnom izražaju ponekad teško prihvaćaju. Međutim, sama ideja često nije dovoljna da bi se trajno osigurala vlastita egzistencija i egzistencija zaposlenika. I drugi preduvjeti moraju biti ispunjeni. Priloženo poglavlje daje nekoliko smjernica o važnim okvirnim uvjetima. Prije svega treba uzeti u obzir osobne preduvjete koji uz čiste „tehničke“ sposobnosti sadržavaju i dodatne kompetencije kao što su komunikativnost, pristupačnost i umrežavanje. Usto dolazi i spremnost poduzetnika da računa na „požrtvovnost“ kako bi mogao prebroditi poduzetničke neuspjehe i odricanja. Nadalje je potrebno detaljno analizirati poduzetničku okolinu u koju, ovisno o načinu osnivanja tvrtke, ubrajajmo: analizu okoline oko sjedišta tvrtke, brzu mogućnost savjetovanja i konzaltinga te potrebnu službenu dokumentaciju. Znanstvena sredina često predstavlja poseban aspekt pri otvaranju tvrtke. U pogledu gospodarskoga uspjeha novoosnovane tvrtke odlučujuću ulogu igra tržište na kojemu ponuda kreativnog osnivača nailazi na odgovarajuću potražnju kupca. Iz tog razloga analiza tržišta, razvoj prikladnih marketinških instrumenata te stalno praćenje tržišta moraju postati osnovni alat pri osnivanju poduzeća u kreativnoj ekonomiji. Izreka „konkurencija ne spava“ trebala bi služiti kao poticaj za pažljivo analiziranje i praćenje

konkurentskih ponuda i kao poticaj za učenje. Najbolja je strategija u tržišnome natjecanju razvoj jedinstvene prodajne ponude i upoznavanje kupaca s njom, a ako je moguće, to treba nadopuniti prikladnom strategijom zaštite prava. Svi navedeni i izostavljeni aspekti otvaranja poduzeća ujedinjeni su u poslovnome planu koji predstavlja program za uspješno poslovanje. On sadrži sve aspekte važne za osnivanje poduzeća kao što su primjerice ideja, situacija na tržištu, perspektive za budućnost i financiranje. Poslovni plan nikada nije statičan. Potrebno ga je stalno unapređivati i kontrolirati. Berlin-Brandenburg, regija oko glavnoga grada, pogodno je mjesto za otvaranje tvrtke u kreativnoj ekonomiji. U Brandenburgu već postoje različite organizacije koje se brinu o osnivačima tvrtki, a osim toga, postoje i različite financijske i nefinancijske mogućnosti poduzetničke podrške. Sam Brandenburg razvio se u saveznu zemlju s najviše novoosnovanih tvrtki u Istočnoj Njemačkoj, a upravo zbog blizine glavnog grada Berlina ta savezna zemlja predstavlja idealnu regiju za kreativce.

LITERATURA:

Lotter, Wolf: „Die Gestörten“, u: Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin, Berlin, 2007., str. 38.

Södermann, Michael/Strittmatter, Thomas Dr.: Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg, Empirischer Grundlagenbericht im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg, Potsdam, 2007.

Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 14. izd., München 1981., str. 553ff.

Njemački izvornik
Deutscher Ausgangstext

→ **RAHMENBEDINGUNGEN FÜR GRÜNDUNGEN IN DER KREATIVWIRTSCHAFT**

ULRICH RUH¹, KLAUS-P. SCHULZE

1. Einleitung | 23
 2. Kreativwirtschaft – was ist das? | 24
 3. Die Bedeutung von Gründungen in der Kreativwirtschaft | 25
 4. Voraussetzungen erfolgreicher Gründungen
in der Kreativwirtschaft | 26
 5. Zusammenfassung | 36
- Literatur | 37

1. EINLEITUNG

Mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von etwa vier Prozent ist die Kreativwirtschaft für die deutsche Wirtschaft inzwischen fast so wichtig wie die Automobilindustrie. Die Kreativbranche ist ein Markt mit Zukunft. Für die Selbständigkeit in der Kreativwirtschaft sprechen ein geringes Startbudget, flexible Arbeitsformen und -zeiten, hervorragende Möglichkeiten für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und die Chance, kreative Ideen und wirtschaftlichen Erfolg miteinander zu verbinden. Dagegen sprechen die oftmals geringe Vorbereitung der potenziellen Gründerinnen und Gründer, der schwierige Zugang zu Finanzmitteln und passfähigen Förderprogrammen, geringe Erfolgsmargen und das weit verbreitete »Einzelkämpfertum« in Form der Soloselbständigkeit. Soloselbständigkeit in der Kreativwirtschaft bedeutet, Ideengeber und Entwickler, Organisator und Stratege, Handwerker und Buchhalter in einer Person sein zu müssen. Eine krisenfeste Existenzgrundlage ist nur zu schaffen, wenn zusätzlich Kapazitäten für Wachstum und ein distanzierter Blick auf das eigene Tun entwickelt werden, Managementfähigkeiten mit Marktorientierung verbunden sowie strategische Allianzen eingegangen werden. Voraussetzung dafür, dass Kreativität und wirtschaftlicher Erfolg in der jeweiligen Branche der Kreativwirtschaft zusammenpassen, sind für jede potenzielle Gründerin und jeden potenziellen Gründer ausrei-

1 Ulrich Ruh, Jahrgang 1954, studierte Chemie und Patentrecht in Rostock und Berlin, leitende Tätigkeiten in Forschung und Entwicklung sowie mehrjährige Selbständigkeit auf dem Gebiet der Erwachsenenbildung, seit 2001 verantwortlich für die Existenzgründungsberatung in der ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH mit der Spezialisierung auf innovative und technologieorientierte Vorhaben.

chende Kenntnisse der jeweiligen Branche, ihrer Entwicklung, das Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen und das Vorhandensein unternehmerischer Kompetenzen.

Die folgenden Abschnitte spannen einen Bogen von der Betrachtung der Kreativwirtschaft bezogen auf ihre Besonderheiten, über eine Beschreibung und Bewertung persönlicher, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen hin zu den Voraussetzungen für die Gestaltung des unternehmerischen Erfolges. Sie zeigen weiter am Beispiel des Landes Brandenburg Unterstützungsmöglichkeiten für Gründungen im Kreativbereich auf.

2. KREATIVWIRTSCHAFT – WAS IST DAS?

In einer Wissensgesellschaft sind Ideen und Kreativität der zentrale Motor für wirtschaftliche Entwicklungen und internationale Konkurrenzfähigkeit. Kreativität ist in jeder Wirtschaftsbranche gefragt, in der Kreativwirtschaft ist sie wesensbestimmend. Abgrenzungssystematisch wird im Kulturwirtschaftsbericht Brandenburg unter Kreativwirtschaft die Zusammenführung von Kulturwirtschaft und Creative Industries verstanden.² Die Kulturwirtschaft und Creative Industries erwirtschafteten allein in Brandenburg in 2005 einen Umsatz von 730,7 Mio. Euro in 3.570 Unternehmen mit 16.700 Erwerbstätigen.³ Der überwiegende Teil der Unternehmen ist als Einzelunternehmen tätig und verfügt über keine weiteren Beschäftigten. Die Unternehmenslandschaft im Bereich der Kreativwirtschaft Brandenburgs hat sich in den letzten Jahren überaus dynamisch entwickelt: Im Jahresvergleich 2000/2005 ist ein Anstieg der Unternehmen von über 15 % zu verzeichnen, allerdings bei gleichzeitigem Rückgang der Gesamtumsätze in der gleichen Größenordnung.⁴ Innerhalb der

2 Unter Kulturwirtschaft werden im Folgenden neun statistische Wirtschaftsgruppen verstanden. Dazu zählen das Verlags- und Tonträgergewerbe, die Filmwirtschaft, der Rundfunk, die Gruppe der darstellenden und bildenden Künste, Literatur und Musik, die Journalistenbüros, die Museums-Shops und Kunstaussstellungen, der Einzelhandel mit Büchern, Musikalien und Kunst, die Architektur- und die Designbüros. Creative Industries erweitern die neun um weitere zwei Gruppen, die Werbung und die Games Industries.

3 Vgl. Söndermann, Michael/Strittmatter, Thomas Dr.: Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg, Empirischer Grundlagenbericht im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg, Potsdam, 2007.

4 Ebd., S. 11.

Branche sind dabei jedoch erhebliche Unterschiede zu beobachten. Während etwa die Umsätze bei Design- (+ 143 %) oder Software-/Games-Unternehmen (+ 64 %) im Vergleichszeitraum deutlich zulegen, sind bei den eher »klassischen« Kulturunternehmen, wie Journalisten (- 40 %), Architekten (- 41 %) und darstellenden Künstlern (- 1 %) zum Teil markante Einbrüche zu verzeichnen.⁵ So fiel beispielsweise das Jahreseinkommen freiberuflicher Künstlerinnen und Künstler von 19.150 Euro in 2000 auf rund 9.900 Euro in 2005.⁶

3. DIE BEDEUTUNG VON GRÜNDUNGEN IN DER KREATIVWIRTSCHAFT

Das Bild vom Unternehmen in der Kreativwirtschaft wird zunehmend von der Soloselbständigkeit geprägt. Selbständig sein heißt dabei Ausübung eigenverantwortlicher, unternehmerischer Tätigkeit – nur dem eigenen Erfolg verpflichtet. Am Anfang dieser Tätigkeit steht die Gründung – bei Gründerinnen und Gründern der Kreativwirtschaft mit einer eigenen Idee, einer Erfindung, einem Kunstwerk, kurz: mit einer Vorstellung von »etwas Neuem«. Wirtschaftlich relevant wird das Kreativergebnis dann, wenn es als Produkt oder Dienstleistung am Markt angeboten werden kann. Gründen in der Kreativwirtschaft heißt also, den Schritt zu vollziehen, vom kreativen Prozess der Erschaffung eines neuen Produktes oder einer Dienstleistung hin zum unternehmerischen Tätigwerden am Markt. Viele Studien zur Kreativwirtschaft loben den besonderen Gründergeist der Branche, vergessen dabei aber, auf die besonderen Anforderungen von Gründungen hinzuweisen. Sie blenden dabei die Risiken aus, die mit jeder Gründung verbunden sind: Ungenügende Vorbereitung, fehlende persönliche Voraussetzung, Kapitalschwäche sind nur einige der Probleme, die so manchen kreativen Gründer straucheln ließen. »In Berlin etwa wirtschafteten rund 6300 Designfirmen. Etwa ein Dutzend davon beliefert nach Schätzungen innerhalb der Branche weltweit Kunden. Weitere 300 sind mittelständische Unternehmen – die übrigen stellen das Fußvolk. Bereit, alles zu tun, jederzeit in Büro oder Atelier zu nächtigen, vor flimmernden Bildschirmen – fest davon überzeugt, mit genügend Inspiration irgendwie zu bestehen. Sie sind die Kreativen der Herzen.«⁷ Natürlich gibt es auch die anderen: die Larry Pages und Sergey Brins, die Erfinder von Google,

5 Ebd., S. 12.

6 Ebd., S. 17.

7 Lotter, Wolf: »Die Gestörten«, in: Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin, Berlin 2007, S. 38.

es gibt herausragende, erfolgreiche Designer, Künstlerinnen und Künstler, aber es gibt auch das Heer der Verlierer, die es nicht geschafft haben. Das ist kein Plädoyer gegen den Schwung einer Unternehmensgründung in der Kreativwirtschaft, sondern allenfalls der Hinweis auf eine sorgfältige Vorbereitung unter Abwägung aller relevanten Chancen und Risiken. Wirtschaftlich erfolgreiche Gründungen erfordern die Berücksichtigung einer Vielzahl von Voraussetzungen. Einigen wichtigen wollen wir uns im Folgenden widmen.

4. VORAUSSETZUNGEN ERFOLGREICHER GRÜNDUNGEN IN DER KREATIVWIRTSCHAFT

Persönliche Voraussetzungen

Potenzielle Gründerinnen und Gründer im Kreativbereich verfügen meist über eine hochprofessionelle Ausbildung. Sie sind auf die Ausübung ihres Berufes umfassend und qualifiziert vorbereitet worden, auf die Situation, die sie auf den spezifischen Arbeitsmärkten vorfinden, oftmals nicht. Sie leben in einer ganz eigenen Welt, die bestimmten Gesetzen unterworfen ist und wollen in einer sich globalisierenden Wirtschaft, in der Kunst und Kultur immer mehr den herrschenden Marktbedingungen angepasst werden, Marktteilnehmer werden. Sie sind jedoch häufig (noch) nicht in der Rolle eines Unternehmers oder Existenzgründers angekommen; ihnen fehlen Marktstrategien und Zugänge zu Existenzgründerkrediten, sie kennen sich in der Förderlandschaft nicht aus, messen unternehmerischen Kompetenzen, die meist auch erst entwickelt werden müssen, oft eine zu geringe Bedeutung bei. Und doch wollen sie in einem Lebensbereich ihre Leistungen anbieten, der vielfach als Luxus bezeichnet wird, ohne dass immer klar ist, wer diesen Luxus zukünftig bezahlt. Dennoch: Die Chancen vor Augen, stellt sich die Frage, wie können die persönlichen Voraussetzungen für erfolgreiche Gründungen in der Kreativwirtschaft geschaffen werden? Biografien erfolgreicher Gründerinnen oder Gründer bieten hierbei wertvolle Informationen und Anregungen. Die meisten haben auch mal klein angefangen, und es ist interessant zu sehen, welche Eigenschaften ihnen zum Erfolg verholfen haben. Viele ihrer anfänglichen Fehler sind für alle Gründungen typisch. Oft ist natürlich auch das Quäntchen Glück im Spiel. Doch Erfolg ist immer auch verbunden mit der Fähigkeit, günstige Gelegenheiten zu erkennen, Hartnäckigkeit zu entwickeln und neue Ideen aufzugreifen. Das häufige Fehlen der Erwerbsalternative »Festanstellung« wird gerade in der Kreativwirtschaft zunehmend den Druck erhöhen, eine berufliche Zukunft durch Selbständigkeit aufzubauen. Doch stellt die-

ser Umstand allein eher eine Gefahr als eine Chance dar. Positiv ist: In vielen Fällen lernen Kreative bereits im Rahmen einer nebenberuflichen Tätigkeit, sich unternehmerisch zu betätigen, ohne sich dessen bewusst zu sein. Sie entwickeln Leistungen, legen Preise fest, betreiben bewusst oder unbewusst Marketing. Dennoch sehen sie sich nicht als Unternehmerin bzw. Unternehmer. Erst wenn die Option Selbständigkeit Realität zu werden beginnt, werden die notwendigen Anforderungen und Konsequenzen langsam offenbar. Für potenzielle Gründerinnen und Gründer im Kreativbereich stellen sich vor einer Entscheidung für oder gegen einen Weg in die Selbständigkeit neben dem Erkennen einer günstigen Gelegenheit, einer Marktchance, drei wesentliche Fragen:

- Wie kann ich meine fachlichen Qualifikationen und kreativen Potenziale mit der Entwicklung meiner unternehmerischen Fähigkeiten verbinden?
- Wie kann ich finanzielle Zugangsbarrieren in passförmige Zugangsvoraussetzungen umwandeln, um eine für mich existenzsichernde Gründung zu gewährleisten?
- Wie kann ich meine Position in der Selbständigkeit durch Wachstumsmöglichkeiten absichern, damit ich zu einem dauerhaften Partner von Auftraggebern werde?

Jede Erwerbstätigkeit ist ausgerichtet auf die Nutzung von Fähigkeiten und Fertigkeiten des Einzelnen. Erwerbstätigkeit in Form von Selbständigkeit erfordert jedoch eine Fülle von persönlichen Eigenschaften und Kompetenzen, die vielfach über das hinausgehen, wozu ein Einzelner in der erforderlichen Perfektion und Exzellenz in der Lage ist. Daraus folgt, dass Gründungen im Team prinzipiell erfolgreicher sind als Einzelgründungen, wobei im »klassischen« Kreativbereich jedoch die sog. Soloselbständigkeit die Regel ist. Viele Soloselbständige streben nicht nach Expansion, sondern danach, ein ausreichendes Einkommen zu erzielen. Gerade bei Frauen stehen dabei die zeitliche und wirtschaftliche Flexibilität und Unabhängigkeit im Vordergrund, um so beispielsweise Beruf und Familie miteinander vereinbaren zu können. Um jedoch die oft fragile Situation von Soloselbständigen zu verbessern, sind eine hohe innere Motivation und starke Identifizierung mit dem Beruf wesentliche Voraussetzungen. Dazu kommt notwendigerweise eine persönliche Strategie, um berufliche Identität und notwendige Existenzsicherung miteinander auszubalancieren.

Soloselbständigkeit in der Kreativwirtschaft muss und darf keine unterprivilegierte Form der unternehmerischen Tätigkeit sein, denn sie bietet nicht nur berufliche Perspektiven, sondern gibt auch Impulse für die jeweilige Region,

für ihre Attraktivität als Wirtschafts- und Lebensraum. Auch Soloselbständigkeit geht nicht ohne Öffnung zur Gemeinsamkeit. Im Gegenteil: Unterstützung und Unterstützbarkeit auf verschiedensten Ebenen außerhalb eigener unternehmerischer Strukturen sind Chance und Basis für Erfolg und Attraktivität einer Soloselbständigkeit im Kreativbereich. Grundsätzlich gilt jedoch, egal ob Soloselbständigkeit oder Gründung im Team: Es werden nur die Gründerinnen und Gründer erfolgreich sein, die sich ausreichend qualifizieren und die sich bewusst sind, auch als Unternehmerin bzw. Unternehmer agieren zu müssen, um den mit der Selbständigkeit verbundenen vielfältigen Ansprüchen gerecht zu werden. Kreativ zu sein alleine reicht nicht. Gefragt sind insbesondere betriebswirtschaftliche Kenntnisse. Aber auch Eigenmotivation, Belastbarkeit und das Streben nach Unabhängigkeit sind wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Existenzgründung und Existenzsicherung. Sich der eigenen Grenzen und Fähigkeiten bewusst zu werden und damit gezielt umzugehen, ist der Schlüssel zum Erfolg – zum wirtschaftlichen und zum kreativen. Das erfordert von jeder Gründerin und jedem Gründer:

- die Bereitschaft zum Aufdecken und Benennen der eigenen Defizite;
- das Achten auf hinreichende eigene Branchen- und Berufserfahrung;
- die Fähigkeit, die Rolle als Unternehmerin bzw. Unternehmer zu antizipieren, das Unternehmertum zu lernen und zu akzeptieren;
- die Einbeziehung und Einplanung des privaten Umfeldes von Anfang an;
- das Prüfen von Kooperationsmöglichkeiten;
- das Erkennen der besonderen Bedeutung von Marketing und die Fähigkeit, entsprechend agieren zu können;
- die Suche nach qualifizierter und fachlich spezialisierter Unterstützung;
- den Aufbau eigener Netzwerke.

Erfolgreiche Selbständigkeit im Kreativbereich wird nur dann möglich sein, wenn berufliche Selbstverwirklichung und wirtschaftliche Verwertbarkeit der eigenen Fähigkeiten, gepaart mit Flexibilität und dem Aufbau verlässlicher, funktionierender persönlicher, sozialer und beruflicher Netzwerke, eine Einheit bilden.

Voraussetzungen im Umfeld

Jede Medaille hat zwei Seiten. Das gilt auch für die Selbständigkeit. Einerseits bietet sie Entscheidungsspielräume und Freiheiten, andererseits führt sie zu hoher Belastung und größeren Risiken im Vergleich zum Angestelltenverhältnis. Es folgen oft auch Selbstzweifel und die Angst vor dem Ungewissen, vor

einem Scheitern. Wer seinen Traum dennoch zur Realität werden lässt, hat die unterschiedlichsten Motive für diese Entscheidung, die das ganze Leben verändern können und sollen. Ausgangspunkt ist der »kreative Impuls« und der Drang, diesen zu verwirklichen. Unzufriedenheit mit der eigenen Situation ist ebenso ein Motiv, aber auch Veränderungen im familiären Umfeld oder einfach der Wunsch, endlich als eigene Chefin oder eigener Chef zu fungieren. Idealerweise ist es die Überzeugung vom eigenen Potenzial und der Wille zum Erfolg, der zum Schritt in die Selbständigkeit führt. Egal welche Ausgangssituation besteht: Der Weg in die Selbständigkeit ist steinig, auch wenn er zunächst rosig erscheinen mag. Gelingen kann es nur, wenn auch das Umfeld stimmt, das persönliche ebenso wie das wirtschaftliche und gesellschaftliche. In der Vorbereitungsphase einer Gründung sollten die Gründerinnen und Gründer ihre Pläne mit allen betroffenen Personen, insbesondere mit Partnern und Familienangehörigen durchsprechen. Dabei sollten alle Risiken und Folgen einer Selbständigkeit analysiert werden, einschließlich der Auswirkungen von Erfolg, aber auch geschäftlichen Schwierigkeiten oder Misserfolgen auf das private Leben. Zum Umfeld gehört auch das unmittelbare und weitere Einzugsgebiet, also die Straße, das Stadtviertel, eine bestimmte Stadt, eine Region, ein Bundesland oder ein Staat. Der Unternehmenssitz und sein Umfeld sollten bei der Standortwahl nach bestimmten Kriterien bewertet werden. Dabei ist zwischen sog. harten und weichen Standortfaktoren zu unterscheiden. Harte Standortfaktoren lassen sich in Daten und Zahlen wiedergeben und haben messbaren Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit. Zu den wichtigsten harten Standortfaktoren gehören, soweit sie für die Gründung relevant sind:

- die Kunden und ihre Bedürfnisse, die Nähe zu ihnen und ihre Kaufkraft;
- die Kooperationspartner und Zulieferer, die Nähe zu ihnen, ihr Leistungsspektrum und ihre Qualität;
- die Konkurrenten, ihre Nähe und ihr Leistungsspektrum;
- Gewerberäume und -flächen, ihre Verfügbarkeit und Kosten;
- steuerliche Gesichtspunkte;
- die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und ihre Qualifikation;
- und gegebenenfalls auch das wissenschaftliche Umfeld.

Weiche Standortfaktoren dagegen sind schwer messbar. Sie können aber eine wichtige Rolle für die Arbeitsmotivation und die weitere Entwicklung spielen. Dazu zählen:

- kulturelles Umfeld;
- Image und Lebensqualität des Standortes;

- Beratungs- und Unterstützungsangebote vor Ort;
- kommunale Verwaltungen und öffentliche Einrichtungen, Bearbeitungszeiten und Service.

Der wirtschaftliche Wandel von industriellen Strukturen hin zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft führt zu neuen Branchen wie beispielsweise in der Informationstechnik, der Medienwirtschaft und der Architektur. Er wird begleitet durch einen gesellschaftlichen und mentalen Wandel sowie durch die Veränderung der Kultur- und Freizeitinteressen der Menschen. Eine entwickelte Kreativwirtschaft muss in diesem Sinne als positiver Standortfaktor begriffen werden und nur dort, wo sich auch die allgemeinen wirtschaftlichen Strukturen positiv entwickeln, findet sie eine Basis. Und: Selbständigkeit darf nicht in erster Linie unter sozial- und arbeitsmarktpolitischen Aspekten und als »letzter Ausweg« bzw. Alternative zur Arbeitslosigkeit gesehen werden, sondern als Chance und Ziel zur Selbstverwirklichung. Sie darf also nicht Reflex auf staatliche Anreizsysteme und persönliche Notsituationen zur Sicherung des Lebensunterhaltes sein, auf der Suche, möglichst bald wieder eine abhängige Beschäftigung einzugehen. Es ist erforderlich, diejenigen, die über das notwendige Potenzial verfügen, bei der Gründung zu unterstützen und – mindestens genauso wichtig – zur Selbständigkeit zu motivieren. Das Thema Gründung sollte daher fester Bestandteil in Lehre und Forschung der Hochschulen, insbesondere auch der Kunsthochschulen, werden. Trotz der Notwendigkeit unternehmerischen Handelns im Kreativbereich ist es unbestritten, dass sich gerade Kultur und Kunst reinen ökonomischen Bewertungen entziehen und eine rein auf monetäre Dimensionen reduzierte Kosten-Nutzen-Analyse kulturellen Schaffens dem Kulturanspruch nicht gerecht wird. Für den persönlichen Erfolg in der Kreativwirtschaft ist daher wirtschaftliches Handeln eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung.

Markt und Marketing

Idealismus und wirtschaftlicher Erfolg kommen bei einer Gründung zusammen, wenn der Produktionsfaktor Kreativität mit Marktorientierung verbunden wird. Ein Markt im betriebswirtschaftlichen Sinn ist das abstrakte Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage.⁸ Das bedeutet in unserem Zusammenhang: Der Markt für ein kreatives Produkt oder eine kreative Dienstleistung umfasst die diesbezügliche Nachfrage der potenziellen Kun-

8 Vgl. Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 14. Aufl., München 1981, S. 553ff.

den sowie das Angebot der entsprechenden Gründerin oder des Gründers. Der unternehmerische Gründungserfolg wird dadurch bestimmt, inwieweit es gelingt, einen möglichst großen Anteil kaufkräftiger Nachfrage auf die eigene Leistung zu lenken. Um dies zu erreichen, sind verschiedene Faktoren ausschlaggebend: zum einen sicher die Einmaligkeit des Kreativangebotes, aber auch der jeweilige Angebotspreis und die Interessiertheit der Kunden. Um Letzteres zu stimulieren, werden die Instrumente des Marketings eingesetzt. Marketing heißt informieren, aber auch interessieren, um letztlich den Kunden zu einem Kaufverhalten zu bewegen. Doch was »bewegt« den Kunden? Was erwartet er vom Leistungserbringer? Zu welchem Preis und in welcher Zeit? Alles dies sind Fragen, die im Vorfeld der Gründung sorgfältig zu analysieren sind. Man nennt dies Marktanalyse. Diese kann nicht sorgfältig genug durchgeführt werden, denn: Letztlich entscheidet die Nachfrage über Annahme oder Ablehnung des Angebotes. Damit wird klar, dass im reinen unternehmerischen Sinne der Marktbezug die entscheidende Größe für wirtschaftlichen Erfolg der Gründerin oder des Gründers ist. Für die individuelle kreative Gründungspersönlichkeit kann Erfolg natürlich noch ganz andere Dimensionen aufweisen: Umsetzung einer Idee, gesellschaftliche Anerkennung, Selbstverwirklichung. Je stärker sich die individuellen Erfolgserlebnisse mit denen des wirtschaftlichen Erfolges überlappen, desto nachhaltiger kann eine Gründungsexistenz gesichert werden.

Wer in der Kreativwirtschaft gründet, muss in diesem Zusammenhang mit dem Folgenden rechnen:

- Es besteht in der Regel eine geringe Markttransparenz, die wiederum eine belastbare Marktanalyse schwierig macht;
- Marketing kann in der Anfangsphase oft nur als Low-Cost-Marketing betrieben werden;
- Bei bestehender Diskrepanz zwischen der Nachfrage auf dem Markt und der eigenen, der Gründung zugrunde liegenden Neigung muss eine »Überbrückung« gesucht werden;
- Kreativität bedeutet auch stetige Veränderung. Dadurch wird eine stetige Marktbeobachtung erforderlich.

Das kreative Kernangebot des Gründungsvorhabens allein reicht oft nicht zur Deckung des Mindestumsatzes aus – vor allem in der Anfangsphase. Dann wird es erforderlich sein, zusätzliche Angebote zur Verbreiterung und Abrundung des eigenen Leistungsspektrums aufzuspüren und zu entwickeln. Dies kann durch strategische Kooperationen erfolgen und ist fast immer zielführender als Einzelkämpfertum. Erst die Verbreiterung des eigenen Angebotes

und die gemeinschaftliche Erschließung von Zielgruppen durch Kooperationen mit anderen Selbständigen geben vielen kreativen Gründungsvorhaben den Schub, der zur Erreichung des Mindestumsatzes und zu Wachstum führen kann.

Die Konkurrenz

Am Markt kann ein Unternehmen nur bestehen und sich gegen Konkurrenz durchsetzen, wenn es ein Alleinstellungsmerkmal hat. Mit dem Alleinstellungsmerkmal werden die Leistungsmerkmale bezeichnet, mit denen sich das Unternehmen aus Kundensicht deutlich von den Mitbewerbern, der Konkurrenz abhebt. Das ist ein Grundsatz, der nicht nur für Gründungen im Kreativbereich, sondern generell für alle Wirtschaftsbereiche gilt. Auch für Gründungen in einem Wachstumsmarkt wie der Kreativwirtschaft ist die Bestimmung und Erhaltung dieses Unterscheidungsmerkmals erfolgsbestimmend. Während im künstlerischen Bereich die Produktdifferenzierung quasi ergebnisimmanent ist, muss sie in anderen Branchen der Kreativwirtschaft deutlich herausgearbeitet werden. Alleinstellungsmerkmale sind dem Markt bekannt zu geben. Die Zielgruppe muss diese Merkmale wiedererkennen. Mit anderen Worten, die Alleinstellungsmerkmale der Produkte und Dienstleistungen müssen kommuniziert werden. Sie sind die Kernaussagen in jeder Marketingstrategie. Für die Gruppe der Selbständigen oder überwiegend kleinen Unternehmen der Kreativwirtschaft ist es oft schwierig, Alleinstellungsmerkmale dauerhaft zu sichern. Kreative Ideen und Entwicklungen lassen sich häufig juristisch nicht ausreichend oder gar nicht schützen. Dann ist es der Gründerin bzw. dem Gründer vielfach nicht möglich, das Kreativergebnis ausschließlich für sich zu nutzen und sich damit einen Wettbewerbsvorteil zu sichern.

Aus diesem Grunde ist es bereits im Gründungsprozess erforderlich, die Notwendigkeit einer eigenen Schutzrechtsstrategie zu prüfen und sich fachkundig beraten zu lassen. Beim Schutz eigener Ideen sollte auch über Kooperationen mit Unternehmen nachgedacht werden, die nicht zu den direkten Wettbewerbern gehören. Stets gilt: Die Konkurrenz schläft nicht. Niemand ist allein auf dem Markt. Immer wird es eine Reihe von Anbietern geben, die entweder genau das Gleiche oder ähnliches anbieten. Also heißt es jeden Tag aufs Neue, um die Gunst der Kunden zu buhlen, den Kundenkontakt zu halten, die Kunden »zu pflegen«. Viele Gründerinnen und Gründer denken gar nicht an mögliche Konkurrenz. Sie sind so sehr mit sich selbst und ihrer Existenzgründung beschäftigt, dass sie diesen wichtigen Aspekt und dabei auch den Schutz ihrer eigenen Ideen außer Acht lassen. Aber das ist ein Fehler, der vermieden werden sollte. Und das insbesondere aus zwei Gründen:

1. Konkurrenz bedeutet, den Markt teilen zu müssen, also Umsatz einzubüßen. Nur wer weiß, wie stark die Konkurrenten sind, kann entscheiden, wie darauf zu reagieren ist. Unter Umständen ist es besser, bei einer geplanten Existenzgründung auf die Umsetzung einer bestimmten Geschäftsidee ganz zu verzichten oder sie zu modifizieren, um sich nicht mit übermächtiger Konkurrenz auseinandersetzen zu müssen.
2. Bei genauer Beobachtung der Konkurrenz ist eine Menge zu lernen: viel Positives, das nachahmenswert ist. Aber auch Negatives, das besser gemacht werden kann, um dadurch einen Vorsprung vor den Konkurrenten zu bekommen oder zu bewahren.

Ganz wichtig: Konkurrenzbeobachtung sollte nicht nur zu Beginn einer Existenzgründung durchgeführt werden, sondern auch regelmäßig nach der Gründung, die Prüfung bestehender Schutzrechte inbegriffen. Denn was für die Marktbeobachtung gilt, trifft auch auf die Beobachtung der Konkurrenz zu: Stillstand ist Rückschritt und die Klärung rechtlicher Verhältnisse oftmals existenziell. Zu beachten ist bei jeder Existenzgründung, dass Konkurrenz nicht nur im eigenen Land besteht, sondern je nach Geschäftsfeld auch international.

Das Instrument »Businessplan«

Der Businessplan ist der Fahrplan zum Erfolg und zum Einstieg in den Markt.

Betrachtet man den Begriff »Erfolg« bezogen auf eine Selbständigkeit im Kreativbereich, dann ist er zunächst einmal sehr individuell geprägt. Für viele Gründerinnen und Gründer hat er folgende Dimensionen: Erfolg heißt Selbstverwirklichung, Nachhaltigkeit, Zufriedenheit und sozialer Status. Erfolg ist auch, wenn die Selbständigkeit eine hinreichende Einkommens-, Alters- und Risikovorsorge und eine Teilhabe am sozialen und kulturellen Leben ermöglicht. Erfolg kann aber auch die Erreichung einer Marktführerschaft bedeuten, regional, überregional oder global. Erfolg ist letztlich immer die Verwirklichung einer eigenen Vision. Erfolg ist in Grenzen planbar, doch ohne Vision und Konzept nicht zu erreichen. Im Falle einer Gründung heißt die Planung Businessplan. Der Businessplan verschafft einen umfassenden Überblick über Rahmenbedingungen und Marktchancen des Gründungsvorhabens. Ein klares und innovatives Konzept, eine eindeutige Positionierung, eine eng gefasste Definition der angestrebten Ziele und Zielgruppen sind die wichtigsten Faktoren. Um das systematisch und vollständig zu klären und das unternehmerische Ziel festzusetzen, ist ein Businessplan ehrlich, klar strukturiert, realistisch und auch für Außenstehende nachvollziehbar zu erstellen. In diesem werden alle

relevanten Gründungsaspekte »verarbeitet«: die Idee, die Marktbedingungen, der Wettbewerb, die Dienstleistungsfaktoren, der Standort, die Rechtsform, die Zukunftsperspektiven, die Absicherung und Vorsorge der Investitionen, die Rentabilität, Liquidität und Finanzierung und – nicht zu vergessen – der Schutz des eigenen geistigen Eigentums. Um das Gründungsvorhaben dauerhaft zu sichern, ist eine permanente Weiterentwicklung des Businessplans und dessen laufende Überprüfung, das Controlling, notwendig. Die Erarbeitung des Businessplans gelingt nur Schritt für Schritt durch ein stufenweises Vorgehen. Gründerinnen und Gründer im Kreativbereich denken in der Regel eher komplex mit einem hohen inhaltlichen Anspruch. Diesen scheinbaren Gegensatz gilt es aufzuheben. In der Arbeit am Businessplan erfolgt die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Schritten, die zu tun sind, damit das Gründungsvorhaben auf eine geplante, kontrollierbare und risikobewusste Art Gestalt annimmt und umgesetzt werden kann.

Unterstützungsmöglichkeiten in Brandenburg

Brandenburg hat 2007 seine Position als Gründerland Nummer eins in Ostdeutschland weiter gefestigt. Mit einer Selbständigenquote von 12,2 Prozent liegt Brandenburg an der Spitze der neuen Bundesländer und über dem Bundesdurchschnitt. Einen wesentlichen Beitrag dazu hat das landesweit aktive »Gründungsnetz Brandenburg« geleistet. Darin sind alle wesentlichen Akteure im Land gebündelt, die Existenzgründungen unterstützen. Die Akteure des Gründungsnetzes bieten maßgeschneiderte Unterstützung für Gründerinnen und Gründer aus allen Branchen. Unter Federführung des Brandenburger Wirtschaftsministeriums hatten bereits im Jahr 2000 vier Ressorts der Landesregierung (Wirtschaft, Arbeit, Wissenschaft, Bildung) ihre Kräfte zur Unterstützung von Existenzgründungen gebündelt. 2002 kamen die brandenburgischen Kammern hinzu, 2003 die Brandenburgische Landesrektorenkonferenz und die Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit. Mit der Aufnahme von vier weiteren Partnern im April 2007 – der Bürgschaftsbank Brandenburg GmbH, der InvestitionsBank des Landes Brandenburg (ILB), der ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH (ZAB) sowie der Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) Brandenburg GmbH – verbindet das »Gründungsnetz« nun alle für das Gründungsgeschehen wesentlichen Akteure im Land. Die Industrie- und Handelskammern (IHKn) bzw. Handwerkskammern (HWKn) sind erste Anlaufstellen für gründungsinteressierte Bürgerinnen und Bürger. Darüber hinaus gibt es lokale und regionale Gründerinitiativen und Gründerzentren, die sich ebenfalls für erste Orientierungsgespräche anbieten. Handelt es sich bei dem Gründungsvorhaben um ein

innovatives und technologieorientiertes Vorhaben, ist die ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH (ZAB) erste Anlaufstelle. Zur Umsetzung einer Geschäftsidee in einen erfolgreichen Businessplan bietet Deutschlands erfolgreichste regionale Gründungsinitiative, der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg, eine geeignete Plattform. Sog. Lotsendienste helfen Gründerinnen und Gründern dabei herauszufinden, ob der Schritt in die Selbständigkeit das Richtige ist oder nicht. Außerdem helfen sie bei der Klärung von Fragen vor der Gründung und begleiten nach dem Unternehmensstart bei den ersten Schritten als Unternehmerin und Unternehmer. Ein Lotsendienst ist in jeder Region des Landes Brandenburg eingerichtet. Sie sind je nach Ausrichtung zuständig für Arbeitssuchende, Ausländer, Hochschulabsolventen oder Jugendliche. Aktuelle Informationen und Ansprechpartner zu allen Angeboten sind auf der Internetseite www.gruendungsnetz.brandenburg.de zusammengefasst. Die ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH (www.zab-brandenburg.de) als zentrale Wirtschaftsfördereinrichtung des Landes stellt ihr gesamtes Leistungsspektrum, u.a. für Gründungen in den Branchen Medien sowie Informations- und Kommunikationstechnologien, zur Verfügung. Die LASA und die ZAB bieten mit dem Projekt »Innovationen brauchen Mut« (www.innovationen-brauchen-mut.de) ein kostenloses und vernetztes Coaching für innovative Vorhaben in der Vorgründungsphase, gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Familie des Landes Brandenburg und den Europäischen Sozialfonds, an. Im Rahmen der Zielgruppe »wissensintensive Dienstleistungen« ist dieses Förderprojekt auch für Gründungsvorhaben aus der Kreativwirtschaft zugänglich. 2006 wurde von den neun Hochschulen des Landes das Brandenburgische Institut für Existenzgründung und Mittelstandsförderung (BIEM e.V.) gegründet. Das BIEM versteht sich als Partner und zentrale Anlaufstelle für alle akademischen Gründungen aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen im Land Brandenburg. Brandenburg verfügt mit dem durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Projekt MEDIA EXIST deutschlandweit über das erste Gründerzentrum für Medienschaffende (www.mediaexist.com). Das vom »Institut für Berufsforschung und Unternehmensplanung Medien (IBF)« an der »Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« (HFF)« entwickelte Angebot richtet sich an den speziellen Bedürfnissen der Medienwirtschaft aus. Das Hauptziel des Projektes ist es, mehr Existenzgründerinnen und Existenzgründern, Absolventinnen und Absolventen sowie Alumni der HFF und anderer Medienhochschulen den Weg in eine erfolgreiche Selbständigkeit zu erleichtern. Über das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Familie werden weiterhin im Rahmen der sog. INNOPUNKT-Kampagne (siehe www.lasa-brandenburg.de) die Projekte »KulturGewerbeQuartier Schiffbauergas-

se« in der Landeshauptstadt Potsdam (siehe www.schiffbauergasse.de/innopunkt) sowie die Qualifizierungsoffensive und regionale Netzwerkbildung »Kulturreisen im Land Brandenburg« unterstützt. Der Standort Schiffbauergasse vereint neben dem Theaterneubau das Zentrum für Kunst- und Soziokultur für freie Kulturträger, Betriebsbauten des Software-Konzerns Oracle und das VW-Design-Zentrum. INNOPUNKT soll durch Vernetzung, Coaching und Qualifizierung eine wechselseitige Bestärkung von Kultur und Gewerbe erzeugen, um damit innovative Impulse für Beschäftigung und regionales Wachstum zu initiieren. Das Projekt Qualifizierungsoffensive und regionale Netzwerkbildung »Kulturreisen im Land Brandenburg« soll durch praxisorientierte Qualifizierung und Vernetzung kulturelle Akteure und touristische Unternehmen für eine kulturtouristische Angebotsgestaltung sensibilisieren. Ziel ist es, gemeinsam mit den Akteuren vor Ort vermarktbar und buchbare kulturtouristische Angebote zu entwickeln.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Die Kreativwirtschaft ist in Deutschland zu einem wichtigen Wirtschaftszweig geworden – mit hohen jährlichen Wachstumsraten. Sie umfasst die Bereiche Kulturwirtschaft, u.a. mit den Wirtschaftsgruppen Verlags- und Filmgewerbe, darstellende und bildende Künste sowie die Creative Industries, denen u.a. die Produzenten von Games-Software zugerechnet werden. Das Bild der Kreativwirtschaft in Deutschland wird zunehmend geprägt durch die selbständige Alleinunternehmerin oder den Alleinunternehmer. Am Anfang jeder selbständigen Tätigkeit steht die Unternehmensgründung. Der Schritt in die Selbständigkeit verlangt dabei eine sorgfältige Vorbereitung. Der Mangel an Beschäftigungsalternativen oder eine eigenzentrierte Ideenfixierung alleine sind dabei schlechte Ratgeber. Nachhaltige Gründungen in der Kreativwirtschaft müssen den Spagat zwischen dem persönlichen Selbstverwirklichungswunsch und wirtschaftlicher Marktorientierung bewältigen. Das fällt gerade einer dem eigenen kreativen Ausdruck verpflichteten Persönlichkeit nicht immer leicht. Aber: Die Idee alleine reicht dabei vielfach nicht aus, um dauerhaft die eigene Existenz oder zusätzlich die von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu sichern. Weitere Voraussetzungen müssen erfüllt sein. Der vorliegende Aufsatz gibt einige Hinweise für zu beachtende Rahmenbedingungen. Da sind zunächst einmal die persönlichen Voraussetzungen zu beachten, die neben den rein »handwerklichen« Fähigkeiten zusätzliche Kompetenzen wie Kontaktfreudigkeit, Aufgeschlossenheit für Neues oder Networking beinhalten. Hinzu kommt die Bereitschaft, eine gewisse »Leidensfähigkeit«

in Kauf zu nehmen, um unternehmerische Rückschläge oder auch Verzichte im persönlichen Umfeld durchstehen zu können. Weiterhin bedarf das Gründungsumfeld einer eingehenden Analyse. Dazu gehören je nach Gründungsart die Analyse des Standortumfeldes, die Beratungs- und Unterstützungsangebote vor Ort sowie die behördlichen Notwendigkeiten. Vielfach ist auch das wissenschaftliche Umfeld ein besonderer Gründungsfaktor. Unter dem Gesichtspunkt des wirtschaftlichen Erfolges einer Gründung spielt der relevante Markt die entscheidende Rolle. Hier trifft sich das Angebot des kreativen Gründers mit der Nachfrage der Kunden. Marktanalyse, die Entwicklung geeigneter Marketinginstrumente sowie die ständige Marktbeobachtung müssen daher zum Grundhandwerkszeug einer Kreativgründung werden. »Die Konkurrenz schläft nicht«. Dieser Spruch sollte Ansporn sein, konkurrierende Angebote sorgfältig zu analysieren und zu beobachten – auch von ihnen zu lernen. Die beste Gegenstrategie ist: Alleinstellungsmerkmale entwickeln und an den Kunden kommunizieren. Wenn möglich, ist dies um eine geeignete Schutzrechtsstrategie zu ergänzen. Alle genannten und weiteren Gründungsgesichtspunkte fließen im Businessplan zusammen. Er ist der Fahrplan zum Erfolg. Er verarbeitet alle relevanten Gründungsaspekte wie z.B. die Idee, die Marktsituation, die Zukunftsperspektiven und die Finanzierung. Ein Businessplan ist nie statisch, er bedarf eines ständigen Controllings und der Weiterentwicklung. Für Gründungen in der Kreativwirtschaft ist die Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg ein geeignetes Pflaster. Allein in Brandenburg kümmern sich verschiedene Organisationen um die Gründerinnen und Gründer. Hinzu kommen vielfältige finanzielle und nichtfinanzielle Unterstützungsangebote. Brandenburg alleine hat sich zum Gründerland Nummer eins in Ostdeutschland entwickelt. Es bildet gerade durch seine Nähe zur Hauptstadt Berlin für Kreative ein ideales Gründungsumfeld.

LITERATUR

- Lotter, Wolf: »Die Gestörten«, in: Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin, Berlin 2007, Seite 38.
- Söndermann, Michael/Strittmatter, Thomas Dr.: Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg, Empirischer Grundlagenbericht im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg, Potsdam, 2007.
- Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 14. Aufl., München 1981, S. 553ff.

Prijevod s hrvatskog na njemački

Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche

Bezić, Nada (2012): *GLAZBENA TOPOGRAFIJA ZAGREBA OD 1799. DO 2010.*
Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo. str. 218-233.

Zusammenfassung über die Denkmalsetzung

„Nicht nur die Architektur bildet unser städtisches Kultur- und Geschichtsumfeld.

Neben ihr ist in unserem Leben auch die *Architextur*

als Gesamtheit der urbanen Architektur und des dazugehörigen Textes zugegen.

Straßennamen, Denkmäler und Gedenktafeln verleihen der Stadtarchitektur in der

Stadtlandschaft einen besonderen symbolischen

Inhalt und tragen so zur semiotischen Präsenz der dominierenden Ideologie bei.“

(Dunja Rihtman-Auguštin)¹¹⁹⁷

Dem Passanten im Zagreber Zentrum, dem Spaziergänger auf dem Friedhof Mirogoj oder dem Konzertsaal- und Theaterbesucher werden die Namen und Gestalten von Musikern vorwiegend unaufdringlich dargeboten. Das wirft die Frage auf, ob die Bemühungen um die Denkmalsetzungen für Musiker und ihre Werke in Zagreb überhaupt erfolgreich waren. Genügte es, markante Standorte und „zeitlose“ Materialien für Denkmäler auszusuchen und sich für musikbezogene Straßenbenennungen einzusetzen? Oder ist die Feststellung von Robert Musil, dass „es nichts auf der Welt gibt, was so unsichtbar wäre wie Denkmäler“¹¹⁹⁸ wahr? So verbindet der Großteil der Zagreber Bürger, wenn es um Straßennamen geht, die Zajčeva-Straße überhaupt nicht mit dem Komponisten Ivan Zajc.

¹¹⁹⁷ D. RIHTMAN-AUGUŠTIN, *Ulice moga grada*, S. 51.

¹¹⁹⁸ Zit. Aus NUSSBAUMER, *Musikstadt Wien*, S. 92.

Durch die Denkmalsetzung wird das kollektive Andenken bzw. Gedächtnis so materialisiert, wie es die amtierende Stadtverwaltung vorsieht. Damit werden mehr oder weniger die Initiativen von Vereinen, Einzelpersonen oder Bürgergruppen unterstützt. Denkmalsetzungen deuten auf den Zivilisationsstandard einer Umgebung, das Kulturniveau, die Promotion der Nationalidentität und den nationalen Geschichtssinn hin.

Die Denkmal-Diskussion in Zagreb zeigte, welches Verhältnis die Stadt zu ihren Denkmälern und zum eigenen (und auch fremden) Musikerbe einnimmt. Zagreb ist ein lebendiges Gebilde, dessen Wechsel ganz natürlich ist. Einige Veränderungen werden von lauten öffentlichen Demonstrationen begleitet (was der Fall war, als ein Dichter-Geburtshaus wegen Privatkapitalinteressen abgerissen wurde¹¹⁹⁹), andere Demonstrationen hingegen sind stiller (z. B., wenn die Namen lobenswerter Musiker von den Grabmälern auf Mirogoj verschwinden und sie von Namen ersetzt werden, die für die breite Kulturöffentlichkeit unbedeutend sind). Es scheint wiederum, dass die Appelle angesehenen Zagreber Bürger ein offenes Ohr gefunden haben: Ivan Uličnik schrieb 1934, dass Franjo Krežna eine eigene Straße bekommen sollte¹²⁰⁰, was dann auch im darauffolgenden Jahr passierte. Antonio Janigro wurde fünf Jahre, nachdem das Stjepan Aranjoš¹²⁰¹ in seinen Memoiren vorgeschlagen hatte, mit einer Gedenktafel bedacht. Aranjoš hat das aber nicht mehr miterlebt. Denkmalsetzungen sprechen also auch für Kämpfe, die um die Denkmalstandorte und um die Zunahme von musiktopografischen Lokalitäten ausgetragen wurden.

¹¹⁹⁹ Zum Zeitpunkt als die erste Version dieser Arbeit geschrieben wurde, im März 2011, war das Projekt der Passage Cvjetno von Tomislav Horvatinčić noch nicht fertiggestellt. Dementsprechend konnte nicht festgestellt werden, ob der Anleger Horvatinčić die Gedenktafel, die auf der Adresse Preobraženska 6, wo sich früher das Geburtshaus des Dichters Vladimir Vidrić und heute das neue Gebäude von Horvatinčić befindet, wieder an der Vorderfront aufgestellt hat (s. den Text der Gedenktafel in I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*, S. 435.). Bis zum Oktober 2012 wurde die Gedenktafel nicht aufgestellt.

¹²⁰⁰ Ivan ULIČNIK, Franjo Krežma, *Zagreb*, 2 (1934) 12, S. 375.

¹²⁰¹ S. ARANJOŠ, *Sjećanja Stjepana Aranjoša. Kronika zlatne muzičke ere; Zagrebački solisti – Janigrovo doba. O dvadesetogodišnjici života*, Zagreb: Zagrebačka filharmonija – Hrvatsko društvo glazbenih umjetnika, 2004, S. 47.

fortwährend, sodass manchmal auch ihr Aufstellungsort geändert wird. Die Straßengruppierungen, die nach Musikern benannt wurden, in den Stadtteilen Maksimir, Podsused, Prečko und Sesvete finden ihr Pendant in den Straßen, die anderen Personen aus der Kunstwelt ihre Namen verdanken (Maler im Stadtviertel Maksimir, Schriftsteller im Stadtviertel Malešnica usw.). Unterschiedliche Vergleiche können aber auch bei der Denkmalplatzierung gezogen werden. Die Lage des Grabmals von Albert Štriga auf Mirogoj, in der Illyrischen Arkade, ist wesentlich repräsentativer als seine kleine Straße in Peščenica. Wenn jedoch die urbanistische Entwicklung anders verlaufen wäre, d. h. wenn sich Peščenica in einen angesehenen und Prestige tragenden Stadtteil entwickelt hätte, dann hätte vielleicht auch die Štriga-Straße an Bedeutung gewonnen – was ja auch noch passieren kann. Auch wenn im Kapitel über die nach Musikern benannten Straßen klar gezeigt wurde, dass Lisinski 1933, als er um seine Straße in der Oberstadt gebracht und somit sein Denkmal an die Peripherie gerückt wurde, Unrecht zugefügt wurde, muss dies nichts Schlechtes heißen. Die ehemalige Straße Florijanski put wurde ja auch zur bedeutenden Zajčeva-Straße. Die neue Lisinski-Straße in Peščenica wäre mit Sicherheit größer als die Straße in der Oberstadt, durch die nur die Bewohner aus der Visoka-Straße, die Angestellten im ehemaligen Palast Pongratz und einige Touristen gehen. Man sollte berücksichtigen, dass in den 1930-er Jahren, dem Zeitraum, aus dem die Benennung der Zajčeva- und Lisinski-Straße datiert, die Oberstadt, hierarchisch gesehen, immer noch als der bedeutendste und beste Standort für Gedenkstraßen galt. Zumindest im Bewusstsein derjenigen, die sich gegen die Straßenbenennungen zu Ehren von Zajc und Lisinski ausgesprochen hatten (wie z. B. die alten Zagreber Bewohner Antun Goglia und Ivan Uličnik). Wir können uns an die bekannte Tatsache erinnern, dass Banus Khuen-Héderváry darauf beharrte, das neue Gebäude des Kroatischen Nationaltheaters im damaligen Randgebiet der Stadt zu erbauen – eine Entscheidung, mit der er Recht behalten sollte. Um eine Übersicht darüber zu erhalten, **welche Persönlichkeiten mit Denkmälern**

geehrt wurden, können zu den Untersuchungsergebnissen auch die Daten über die Benennung anderer öffentlicher Plätze in Zagreb hinzugezogen werden.



*Bild 44. Mozart am Stadtrand – Pizzeria
im Stadtviertel Špansko, in der Kavanjinova-
Straße 16*

(fotografiert von N. Bezić, 2010)

Im Anhang 10 über *Die Repräsentation von Musikern, Musikautoren und Instrumentenmachern in Zagreb durch Denkmalsetzungen (Monumente, Gedenktafeln und Straßen) und die Benennung von öffentlichen Plätzen 2010* befindet sich eine Liste mit 87 Persönlichkeiten, die alle aus dem kroatischen Musikerbe stammen. Sie alle wurden mit einem Denkmal oder einer Gedenktafel bedacht, beziehungsweise nach ihnen wurde eine Straße oder ein anderer öffentlicher Platz, vor allem Musikschulen, benannt (die Denkmäler auf Friedhöfen wurden ausgeschlossen). Zu diesen Persönlichkeiten gehören Komponisten (Profis und Amateure), Musikautoren (Musikologen, Ethnomusikologen und andere Autoren, die über Musik geschrieben haben), Dirigenten, Sänger, Instrumentalisten und Musikpädagogen. Außerhalb der Welt der sog. klassischen Musik wird das Augenmerk besonders auf Vlaho Paljetak gelenkt, dem der Volksdichter Florijan Andrašec folgt (darüber später). Unter den Instrumentenbauern befindet sich ein Glockengießer, Henrik Degen, sowie der ehemalige Fabrikbesitzer Franjo Schneider. Auch Ivo Vuljević, der kein Musiker war,

wurde in diese Liste aufgenommen. Vuljević wurde nämlich im *Lexikon der jugoslawischen Musik* (Leksikon jugoslavske muzike) als Organisator des Musiklebens¹²⁰² bezeichnet. Außerdem wurde nach ihm auch ein Musikpreis benannt.

Ganz weit vorne auf dem ersten Platz nach der Anzahl der Denkmalsetzungen liegt

Vatroslav Lisinski: zwei Büsten und zwei Gedenktafeln im Freien,

fünf Büsten und eine Gedenktafel in geschlossenen Räumen

+ eine Straße, eine Musikschule, ein Konzertsaal, ein Café und ein Hotel.

Es folgen Ivan Zajc und Blagoje Bersa mit der gleichen Anzahl von Denkmalsetzungen:

Zajc: eine Gedenktafel im Freien, drei Büsten in geschlossenen Räumen + eine Straße und eine Musikschule;

Bersa: eine Büste und eine Gedenktafel im Freien, eine Büste in geschlossenen Räumen + eine Straße und eine Musikschule.

Straßennamen sind selbstverständlich die häufigsten Denkmalsetzungen. Es gibt nur einige Personen, die mit der Musikszene und einem Denkmal verbunden werden, aber keine eigene Straße haben: Elly Bašić (Musikschule, Denkmal), Janko Barlè, Antonio Janigro, Svetislav Stančić und Ivo Vuljević (Gedenktafeln), Badema Sokolović (Büste im Kroatischen Nationaltheater).

Wie im Kapitel über Denkmäler und Straßen angeführt wurde, sind Komponisten diejenigen, die meistens mit Denkmalsetzungen geehrt wurden: Auf Komponisten entfallen

¹²⁰² Vuljević, Ivo, in: *Leksikon jugoslavske muzike*, Band 2, S. 527.

40% der Denkmäler und Gedenktafeln sowie 57% der Straßen. Unabhängig von den verschiedenen Kriterien (ob geschlossene Räume oder im Freien) lässt sich schlussfolgern, dass Komponistendenkmäler in Zagreb am häufigsten errichtet werden. Den Komponisten folgen Musikautoren (17 % der Denkmäler und 20 % der Straßen) und Sänger (17 % der Denkmäler und 12 % der Straßen).

Die ausländischen Musiker (insgesamt zehn) sind im separaten Anhang 10. 2. aufgelistet. In Zagreb sind sie vor allem in den Straßennamen des Stadtteils Prečko vertreten, wobei Wolfgang Amadeus Mozart, Gioachino Rossini und Giuseppe Verdi durch die Namen von Gaststätten¹²⁰³ wiederbelebt werden. Die Letzteren dienen nur als Beispiel für die Exploitation bekannter Musiknamen, weil eine vollständige Liste solcher Standorte, die möglicherweise noch zahlreicher sind, das Thema einer anderen Diskussion über die musikalische Topografie der Stadt Zagreb werden könnte. Symbolisch öffnete die Pizzeria „Mozart“ ihre Türen im Stadtteil Špansko (Kavanjinova-Straße 16) gerade im Jahr 1992, dem weltweit gefeierten Mozart-Jahr (Bild 44).¹²⁰⁴ In dieser Pizzeria befindet sich neben zwei Bildern von Mozart auch ein Porträt von Jeronim Kavanjin, dem Namensgeber für die Straße, in der sich die Pizzeria befindet. Das Porträt von Kavanjin zeugt also davon, dass die Inhaber einen Sinn für Toponymie besitzen.

In den vorangehenden Kapiteln wurde betont, dass nicht von allen Persönlichkeiten, deren Denkmalsetzungen unter die Lupe genommen wurden, behauptet werden kann, sie seien ausdrücklich Musiker oder Musikautoren. Dies gilt vor allem für Antun Gustav Matoš, der in den Augen der breiten Öffentlichkeit ausschließlich als Schriftsteller wahrgenommen wurde. Ein gutes Beispiel ist auch Arnošt Grund, der im *Kroatischen biografischen Lexikon* (Hrvatski biografski leksikon) als „Schauspieler, Sänger, Regisseur, Entomologe und

¹²⁰³ Der erfolgreiche Betrieb des Cafés *Mozart* im Stadtteil Svetice führte dazu, dass die Inhaber auch eine Autowaschanlage unter dem Namen *Mozart* in der unmittelbaren Nähe des Cafés eröffneten.

¹²⁰⁴ Die Jahreszahl wurde von der Besitzerin, Marija Ćurković, im Januar 2011 preisgegeben.

Filatelist“¹²⁰⁵ bezeichnet wird. Obwohl Grund nicht ins *Lexikon der jugoslawischen Musik* aufgenommen wurde, sicherte er sich trotzdem einen Platz im Buch über die kroatischen Sänger, geschrieben von Marija Barbieri. Sie betont besonders seine Interpretation der Figur Vašek im Werk *Prodana nevjesta* (Die verkaufte Braut).¹²⁰⁶ Saša Šimpraga erklärte jedoch die Straße von Grund zur „einzig existierenden Filmstraße in Zagreb“, weil Grund der Autor des ersten kroatischen Films aus dem Jahr 1917 war.¹²⁰⁷

Immanent für Denkmäler ist, dass sie die Wertschätzung und das Gesamtwissen des Zeitraums widerspiegeln, in dem sie aufgedeckt (errichtet/benannt) wurden. Die ersten zahlreichen Benennungen von Musikstraßen waren offensichtlich das Resultat davon, dass Kuhač Ende des 19. Jahrhunderts seine Werke: *Vatroslav Lisinski* und *Ilirski glazbenici* (Vatroslav Lisinski und Die Illyrischen Musiker) publizierte. Diese Werke bannten „sich ihren Weg zu zahlreichen kroatischen Intellektuellen, was bis zum Ende des 20. Jahrhunderts spürbar war“.¹²⁰⁸ Wenn man heute entscheiden würde, dann würden diese Zagreber Straßen sicherlich statt Franjo Rusan und Armin Šrabec anderen Musikern aus dem 19. Jahrhundert zufallen, die aus der heutigen Perspektive als bedeutender und wichtiger angesehen werden. Franjo Kuhač trug nach dem Erachten von Sanja Majer-Bobetko vehement dazu bei, dass Georg Karl Wisner von Morgenstern aus den historiografischen Darstellungen des 19. Jahrhunderts ausgeschlossen wurde¹²⁰⁹, womit er automatisch aus dem engen Kreis derjenigen ausgeschieden war, die mit einem Denkmal geehrt wurden. Lovro Županović, der erste systematische und zeitgenössische Forscher, der sich mit der Tätigkeit und den Werken von Wisner von Morgenstern befasste, vertrat die Ansicht, dass Morgenstern „wenigstens

¹²⁰⁵ Željka ČAVKA, Arnošt Grund, in: *Hrvatski biografski leksikon*, Band 5, Zagreb: Leksikografski zavod Miroslava Krleža, 2002, S. 268.

¹²⁰⁶ M. BARBIERI, *Hrvatski operni pjevači*, S. 196.

¹²⁰⁷ S. ŠIMPRAGA, *Zagreb ...*, S. 471.

¹²⁰⁸ Zdravko BLAŽEKOVIĆ, Franjo Ksaver Kuhač: utemeljitelj hrvatske glazbene historiografije, in: Sanja Majer-Bobetko – Zdravko, Blažeković – Gorana Doliner, *Hrvatska glazbena historiografija u 19. stoljeću*, Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2009, S. 97.

¹²⁰⁹ Sanja MAJER-BOBETKO, Quellenverzeichnis, in: Sanja Majer-Bobetko – Zdravko, Blažeković – Gorana Doliner, *Hrvatska glazbena historiografija u 19. stoljeću*, Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2009, S. 182.

eine Art optischen Beweises für sein Schaffen verdient, und zwar im Gebäude der Gesellschaft, deren Mitbegründer er war“, also im Kroatischen Musikinstitut.¹²¹⁰ Županović schlug zudem vor, dass eine Büste aufgestellt wird oder dass „Wisner im Namen wenigstens einer musikalischen Einrichtung weiterlebt“, wobei er vorwiegend an das Orchester des Kroatischen Musikinstituts dachte. In der letzten Zeit gibt es auch positive Beispiele für die Verbindung von veröffentlichten Forschungsarbeiten und Denkmalsetzungen. Wahrscheinlich gäbe es die Straße von Florijan Andrašec nicht, wenn Zvonimir Bartolić 1988 nicht das Buch *Hrvatski pučki pjesnik Florijan Andrašec* (Der kroatische Volksdichter Florijan Andrašec) veröffentlicht hätte.¹²¹¹ Noch ein Beispiel stellt die Gedenktafel am Geburtshaus von Pavao Markovac dar, die von „Kolektiv NIRO Radničke novine“, dem Herausgeber des Buches über Markovac¹²¹², drei Jahre nach dessen Publikation aufgestellt wurde.

Die meisten Denkmalsetzungen im Freien fanden zu Ehren eines Politikers und eines Künstlers statt: Stjepan Radić (zwei Denkmäler und vier Gedenktafeln; ein Platz) und August Šenoa (drei Denkmäler und drei Gedenktafeln; eine Straße).¹²¹³ Aus den Künstlerreihen bekamen Schriftsteller die meisten Denkmäler, denn sie hatten sicherlich eine wichtigere Rolle in der Bildung des Nationalbewusstseins als Musiker. Hinzu kommt, dass ihre im Jahr 1900 gegründete Zunft, der Kroatische Schriftstellerverein, viel älter als der Kroatische Komponistenverein ist. Wenn man die **Anzahl der Musikern gewidmeten Denkmalsetzungen** in Zagreb mit denen, die anderen Künstlern gewidmet wurden, vergleicht, erkennt man: Der Anzahl der Musiker nach können die musikbezogenen Denkmalsetzungen eher mit den Denkmälern für bildende Künstler verglichen werden. Wenn man jedoch die Anzahl der Persönlichkeiten untersucht, befinden sie sich in der Mitte

¹²¹⁰ L. ŽUPANOVIĆ, *Stoljeća ...*, S. 161. Županović schrieb diese Worte, nachdem das Kroatische Musikinstitut zu Feier seines 150. Jubiläums Wisner zu den 15 bedeutendsten Mitgliedern aufgenommen hatte, deren Namen in die Gedenktafel im Erdgeschoss des Gebäudes eingemeißelt sind (s. in der Liste 5).

¹²¹¹ Zvonimir BARTOLIĆ, *Hrvatski pučki pjesnik Florijan Andrašec [1888-1988]*, Čakovec: „Zrinski“, 1988.

¹²¹² Andrija TOMAŠEK, *Pavao Markovac. Čovjek i djelo*, Zagreb: NIRO „Radničke novine“, 1983.

¹²¹³ I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*

zwischen den Schriftstellern und den bildenden Künstlern (wegen sehr wenig Denkmäler wurden Theater- und Filmkünstler nicht einbezogen). In Zagreb gibt es im Freien:

46 Denkmäler und Gedenktafeln zu Ehren von 20 Schriftstellern;

18 Denkmäler und Gedenktafeln zu Ehren von 15 Musikern;

14 Denkmäler und Gedenktafeln zu Ehren von 9 bildenden Künstlern.

Zu den Denkmalsetzungen für Schriftsteller können auch Straßen gezählt werden, die nach Protagonisten aus literarischen Werken benannt wurden. Dies trifft auch auf das charmante Denkmal von Dora Krupić, der Figur aus dem Roman *Zlatarevo zlato* (Das Gold des Goldschmieds), zu. Dieses Denkmal befindet sich neben einer der attraktivsten touristischen Sehenswürdigkeiten in Zagreb, „Kamenita vrata“ (Das Steintor).

Denkmalsetzungen, mit Ausnahme von Straßennamen, sind in erster Linie eine Sache des visuellen Aspekts. Der Definition nach tragen Musikdenkmäler der visuellen Identität von Zagreb bei. Doch wenn es um die Kombination der Dimensionen, einer relativ guten Ortswahl und eines schönen Werks geht, dann sticht nur die Porträtfigur von Vlaho Paljetak hervor. Ihre Reproduktionen sind in den Zagreber Reiseführern¹²¹⁴, auf den Zagreber Postkarten¹²¹⁵ u. Ä. zu finden. Doch Denkmäler, die in neuen / neu gebauten Räumlichkeiten errichtet werden, haben einen gewissen Vorsprung, weil sie in der Regel auch an diese Räume angepasst werden. In Zagreb gibt es vier solche Fälle: die Büsten von Zajc und Lisinski in der Aula des Kroatischen Nationaltheaters, die Skulptur von Vojin Bakić im Konzertsaal von Lisinski (die der Meinung von Ivo Maroević nach einen besseren Platz als den im Foyer hätte finden können¹²¹⁶) und das Porträt von Ivan Zajc an der Decke des Zuschauerraums im

¹²¹⁴ Nikola ŠTAMBAK (Hg.), *Zagreb*, Zagreb: Masmmedia, 2004, S. 135.

¹²¹⁵ Z. B. die vom Verein „Naša djeca“ herausgegebene Postkarte, Zagreb, 3 ZGB-41.

¹²¹⁶ Im Kapitel über das Foyer schreibt Maroević: „Ein klarer Raum, der in seiner gedämpften Größe sogar interessant erscheint. Doch zu kontinuierlich und zu lang, als dass er intim wirken könnte. Es gibt kein Zentrum,

Nationaltheater (das gleichzeitig auch das einzige Denkmal ist, das einem Musiker noch zu seinen Lebzeiten gewidmet wurde).¹²¹⁷

Da aus *der Liste der Denkmäler und Gedenktafeln* im Anhang 5 das Herstellungsmaterial und die Denkmaldimensionen ausgeschlossen wurden, versucht diese nicht, den Kriterien ähnlicher, in der kunstgeschichtlichen Literatur vorhandener Aufzählungen zu genügen. Dasselbe trifft auch auf dieses Buch zu, denn im Kapitel über die Denkmalautoren blieb eine tiefgründigere Auseinandersetzung mit deren künstlerischem Aspekt aus. Gerade aus diesem Grund wurde die Liste unter dem Titel **Autoren künstlerischer Darstellungen** von Musikern und Musikautoren (28 Namen) als Grundstein für zukünftige interdisziplinäre Untersuchungen über die Darstellungen von Musikern in Zagreb (Anhang 11) beigefügt. Einige dieser Bildhauer heben sich durch die Anzahl ihrer Denkmäler hervor. Das gilt besonders für Vanja Radauš (6) und Ivo Kerdić (4). Radauš fertigte auch Denkmäler für Musiker in anderen Städten an: vor allem in Osijek (Denkmäler für F. Krežma, P. Kolarić und F. Kuhač) und in Osor.

Es gibt zwei Arten der **Denkmalpflege**: die Erfüllung der informativen Aufgabe und die Instandhaltung. In Zagreb werden beide nur teilweise eingehalten. Passanten werden um die Information gebracht, dass das Denkmal unter dem Namen „Čovjek s gitarom“ (Der Mann mit der Gitarre) in der Passage Neboder eigentlich Vlaho Paljetak verewigt.¹²¹⁸ Dieselben Passanten können aber auch nicht wissen, dass sich in einem abgeschlossenen privaten Innenhof in der Oberstadt die Gedenktafel an Nikola Faller verbirgt. Die Bemühungen um die

um das sich der Raum bewegen könnte. Es ist schwer zu beurteilen, ob dies die Büste von Vatroslav Lisinski ist, die von Vojin Bakić hervorgebracht wurde (Wortspiele sind erlaubt).“ I. MAROEVIĆ, *O Zagrebu usput...*, S. 190.

¹²¹⁷ Einige Jahrzehnte später wurde auch der dramatischen Künstlerin Marija Ružička-Strozzi eine solche Ehre zuteil, als ihre Büste im Kroatischen Nationaltheater vorgestellt wurde.

¹²¹⁸ Die Inschrift fehlt seit dem Jahr 2004 (damals bemerkte auch ich es), aber vielleicht auch schon länger. Das mangelnde Verantwortungsbewusstsein, das der Kroatische Komponistenverein im Falle der Inschrift am von ihnen errichteten Denkmal zeigte, spiegelt sich auch darin wider, dass in den Chroniken des Vereins die Angaben über dieses Denkmal ausgeblieben sind (K. KOVAČEVIĆ – E. KR PAN, Krpan *Hrvatsko društvo skladatelja...*). Die Angaben über die Denkmalsetzung für Lisinski und Bersa sind allerdings auch unvollständig/falsch, so wurde das 100. Jubiläum des Geburtstags von Bersa falsch zum Jahr 1972 eingeordnet. (*ibid.*,13)

Straßenbenennungen enden meistens damit, dass am Straßenanfang eine Tafel aufgestellt wird, die manchmal auch nur den Familiennamen derjenigen Persönlichkeit enthält, nach der die Straße benannt wurde. Es gibt jedoch relativ viele Personen mit dem gleichen Nachnamen und daher sollte auch der Eigenname des Musikers erwähnt werden. Die Grundinformationen über die Person bleiben nämlich aus. Die entsprechende Information fehlt auch bei den Gedenktafeln. Diese sind völlig unauffällig: Entweder sie verschmelzen fast mit der Fassade (z. B. beim Geburtshaus von P. Markovac, Bild 42), oder sie sind zu bunt, so dass die Überschrift fast unlesbar ist (Gedenktafel für J. Gostič, Bild 43).

Musikbezogene Denkmalsetzungen werden oft, wie auch andere Denkmäler, von Vandalen zerstört. Dabei spielt sicherlich ihr Standpunkt eine Rolle – offensichtlich sind sie gefährdeter, wenn sie außerhalb des Zentrums stehen, d. h. im Stadtteil Prečko, wo das Postament des Kopfes von Lhotka schon jahrelang mit Graffiti besprüht ist. Zu den älteren unlesbaren Graffiti, die auf dem 2007 aufgenommenen Foto im Buch *Spomenici...*¹²¹⁹ abgebildet wurden, gesellten sich jetzt in roter Farbe die Buchstaben „THE END“ (Bild 41). Ein positives Beispiel ist der kürzliche Umbau des Denkmals an die Juliofper, das der Kroatische Gesangverein „Kolo“ auf dem Friedhof Mirogoj errichten ließ. Obwohl der Denkmalinitiator „Kolo“ seit mehr als einem halben Jahr nicht mehr existiert, wurde der Umbau auf Kosten der Städtischen Friedhöfe durchgeführt.

Bei den Denkmalsetzungen wirkten bislang manchmal auch einige Vereine und Institutionen mit (s. im Anhang 6). Es wäre also gut, wenn sich diejenigen, die die Denkmäler in Auftrag gaben, auch bei ihrer Pflege engagieren würden. Beispielsweise sollten sich die Musikakademie der Universität in Zagreb sowie auch das Kroatische Musikinstitut darum bemühen, dass an die von Kerdić angefertigte Büste des Komponisten Bersa, die sich in den von beiden Institutionen benutzten Räumlichkeiten befindet, eine Inschrift kommt. Zu einer

¹²¹⁹ I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*, S. 113.

vergleichbaren Situation könnte es bei der Eröffnung des Gedenkraums „Zbirka Margite i Rudolfa Matza“ (Die Sammlungen von Margita und Rudolf Matz) kommen, denn das Museum der Stadt Zagreb wird sicherlich nach Partnern aus dem Musikkreis suchen, um diese Sammlung zum Leben zu erwecken. Der Kustos Slavko Šterk schrieb noch im Jahr 1996: „ In Zusammenarbeit mit dem Musikinstitut und dem Konzertsaal 'Vatroslav Lisinski' würde man in der Wohnung Matz zweimal wöchentlich neben den Führungen und Besichtigungen der Räumlichkeiten auch kleinere, intime Konzerte oder Musikvorlesungen abhalten.“¹²²⁰

Die Denkmalpflege kann darauf ausgeweitet werden, dass auch allgemein das Andenken an Musiker und ihre Werke gepflegt wird. Diese Idee verfolgt beispielsweise auch der Künstlerverein „August Šenoa“ Zagreb ¹²²¹, der regelmäßig am 14. November den Geburtstag von Šenoa neben seinem Denkmal in der Vlačka-Straße feiert. Noch tagelang bleiben dann an dieser Stelle Trikolore und Blumen liegen, die den Passanten als Erinnerung an Šenoa dienen. In diesem Sinne wäre es vielleicht angebrachter, wenn man für die Jahrestage/Jubiläen von Musikern sog. Gedenkkonzerte organisieren würde.

Über die Politik

Wenn es um Denkmalsetzungen geht, wird der politische Einfluss vor allem bei der Namens- und Ortswahl von Straßen erkennbar. Die Politik mischt sich jedoch in andere Fragen ein, wie es die Lisinski-Büste in der Jurjevska-Straße zeigt. Die Stadtämter entscheiden über die Straßennamen und die Straßenlage und in manchen Fällen sogar über die letzte Ruhestätte der verdienstvollen Musiker auf Mirogoj. Zudem genehmigt die Stadtverwaltung die Lage, die Form und den Text an den Denkmälern und Gedenktafeln, die

¹²²⁰ S. ŠTERK, *U susret budućoj...*, 153.

¹²²¹ ***, Künstlerverein „August Šenoa“. <http://free-zg.t-com.hr/udruga-umjetnika-august-senoa/oNama.htm>.

von Vereinen und Institutionen aufgestellt werden können. Auf die Frage, wer die Entscheidung über die Verleihung und Auswahl der Denkmäler im Namen der Stadt fällt, kann keine Antwort gegeben werden, denn es handelt sich um eine unübersichtliche Reihe von Stadtabgeordneten, die ihr Amt zwischen 1878 und 2010 ausübten. Kennzeichnend ist trotzdem das Namensverzeichnis derjenigen, die Ende 2010 im Ausschuss für Siedlungs-, Straßen- und Platzbenennungen tätig waren: der Ausschussleiter Mag. Marin Knezović, Geschichtslehrer, angestellt im Unternehmen Zagreb holding; die Ausschussmitglieder: Ivana Mlinar Horvat, Obersachbearbeiterin, angestellt in der Sozialdemokratischen Partei Kroatiens; Goran Kutlić, Ingenieur für Radiologie; Miroslav [Ćiro] Blažević, Fußballtrainer, und Dr. sc. Zvonko Maković, Universitätsprofessor und Kunsthistoriker, gleichzeitig auch das einzige parteilose Ausschussmitglied.¹²²² Alle Mitglieder wirken zugleich auch in der Stadtversammlung mit.

Da die Denkmalsetzungen stark mit den geschichtlichen Umständen sowie der Politik verbunden sind, und darunter versteht man die aktuelle politische Situation und das Verhältnis der Regierenden zum geistigen Erbe, verwundert es nicht, dass Veränderungen gerade unter politischem Einfluss zustande kommen. So wurde die Gedenktafel im Treppenhaus des Kroatischen Musikinstituts erst 1991 wieder auf die richtige Seite gestellt. Das wäre vielleicht auch früher möglich gewesen, wenn an der Stelle, an der diese Gedenktafel steht (genauer an der Rückseite der Marmortafel, die das Publikum jahrzehntelang zu sehen bekam), nicht das Relief von Josip Broz Tito stehen würde. Es ist bekannt, dass bis zum Jahr 1990 nicht mal daran gedacht werden konnte, die Tito-Denkmäler zu beseitigen. Die 1918 als politisch unangemessen bezeichneten Namen Franz Joseph I., Kršnjavi und Khuen-Héderváry konnten der Öffentlichkeit erst wieder in der selbstständigen Republik Kroatien ohne Angst präsentiert werden. Und diese Öffentlichkeit nimmt sich das Recht, darauf zu reagieren. Die Reaktionen

¹²²² Die Titel stammen von der Internetseite *** Odbor za imenovanje naselja, ulica i trgova, *Zagreb.hr*, *službene stranice Grada Zagreba*. <http://www.zagreb.hr/default.aspx?id=1182>.

halten sich in Grenzen des Verständlichen, wenn es sich beispielsweise nur um mündliche Beschwerden bei der Sekretärin der Musikschule Vatroslav Lisinski handelt, weil sich an einem auffälligen Ort in der Schule noch immer eine Gedenktafel mit dem Namen Josip Broz Tito befindet. Tito war nämlich Schirmherr des Schuljubiläums 1979¹²²³ (Text in der Denkmalliste...).¹²²⁴ Eine aggressive Haltung ist ganz und gar unangebracht, aber leider wirkungsvoll: Die Inschriften an den Postamenten werden unter Druck derjenigen, die sie zerstören, schließlich auch verändert.

Die geschichtlichen und politischen Veränderungen Anfang der 1990-er Jahre hinterließen nicht nur an den Gedenktafeln und Denkmälern ihre Spuren, sondern auch auf den Namen der Straßen und sogar auf dem Namen einer Musikschule: 1996 wechselte die Musikschule Josip Štolcer Slavenski ihren Namen in die Musikschule Rudolf Matz. Entscheidend bei dieser Umbenennung war sicherlich, dass Slavenski von 1924 bis zu seinem Tode in Belgrad tätig war.

In ihrem Buch über die Musikstadt Wien betont Martina Nußbaumer die Bedeutung von Enthüllungsakten – von den Gästen bei dieser Festlichkeit bis zu den gehaltenen Reden. Dabei handelt es sich um Denkmäler im Freien, die schon deshalb bedeutsamer als Denkmäler in geschlossenen Räumen sind, weil sie im direkten Kontakt mit einer größeren Anzahl von Menschen stehen. Unter den Festlichkeiten der Denkmalenthüllungen in Zagreb muss besonders die erste Zeremonie im Oktober 1919 hervorgehoben werden, bei der die Gedenktafel zu Ehren von Lisinski enthüllt wurde. Schon das Gästeverzeichnis, das Antun Goglia erstellte, zeugt davon, wie bedeutend dieses Ereignis war: Die Delegationen der Militärregierung, der Landesregierungen, des Kroatischen Schriftstellervereins, des Kulturvereins „Matica Hrvatska“, der Akademie, der Universität, der Gesellschaft der Brüder

¹²²³ Ich bedanke mich bei Mirjana Vukelić für diese Information.

¹²²⁴ Der einzige Politiker, der ebenfalls an musikbezogenen Gedenktafeln vertreten ist, ist Franjo Tuđman, und zwar als Schirmherr des 100. Jubiläums des Kroatischen Nationaltheaters (s. Text im Anhang 5.2.)

des kroatischen Drachens, des Kulturvereins „Matica slovenska“, des Kroatischen Gesangsvereins „Zora“ in Karlovac und viele Kulturangestellte, sowie alle kroatischen Gesangsvereine unter der Leitung des Gesangsvereins „Kolo“¹²²⁵ haben diesem Festakt beigewohnt. Die Vertreter der (städtischen) Regierung waren nicht nur passive Zuschauer – der Bürgermeister Stjepan Srkulj hielt eine Rede und „nahm die Gedenktafel zur Aufbewahrung entgegen. Dabei hob er die große nationale Bedeutung dieses Festakts hervor“. In seiner Rede nahm er natürlich auch Bezug auf das Ansehen des Gesangsvereins „Kolo“, das die Gedenktafel aufstellen ließ, den Aufstellungszeitraum (das erste Jahr in der neuen nationalen Gemeinschaft der Slawen) und die Bedeutung von Vatroslav Lisinski, der mit dieser Gedenktafel bedacht wurde. In letzter Zeit werden Gedenktafeln für Künstler ohne die geehrte Person und außerhalb des musikalischen Milieus enthüllt. Ein besonders bescheidenes Enthüllungsfest gab es bei der Gedenktafelsetzung für Rudolf Matz, bei der außer den Vertretern der Gesellschaft der Brüder des kroatischen Drachens nur noch der Lehrstuhlleiter des Abteils für Streichinstrumente an der Zagreber Musikakademie, Anđelko Krpan, eine Rede hielt.¹²²⁶

Schlussfolgerung zum „Fall Lisinski“

Da die Bedeutung und Verdienste des Musikers Wisner von Morgenstern der breiten Öffentlichkeit noch immer nicht ausreichend bekannt sind und er ausländischer Herkunft war, herrscht die allgemeine Auffassung, Vatroslav Lisinski sei der erste wichtige Zagreber Komponist und Musiker überhaupt. Dementsprechend ist er auch der Erste, dessen Grabstein publik war (der Grabstein von Franjo Pokorny ist nicht der breiten Öffentlichkeit zugänglich) und dessen Denkmal bis heute erhalten wurde (jedoch in veränderter Form). Lisinski war der

¹²²⁵ A. GOGLIA, *Spomenici povodom 80-godišnjice...*, S. 118.

¹²²⁶ Einladung zur Gedenktafelenthüllung am 24. März 2007, Dokumentation der Autorin.

Erste, nach dem eine Straße, eine Gedenktafel und ein Denkmal im Freien benannt wurden. Er war der „Initiator der neueren ... Musikrichtung“, sodass seine Denkmäler die Stadt Zagreb auch musikalisch prägten. Da er heute nicht mehr ausschließlich mit der Hauptstadt verbunden wird, wobei nur wenige wissen, dass Zagreb seine Geburtsstadt war, wurde Lisinski mit der Zeit zum „kroatischsten Komponisten“.

Die Denkmäler im Kroatischen Nationaltheater, im Kroatischen Musikinstitut und in der Musikschule V. Lisinski in Zagreb zeigen Lisinski meistens in Kombination mit Ivan Zajc. Im Gebäude des Kroatischen Musikinstituts ist er zweimal in Kombination mit Gundulić zu sehen: Ihre Büsten wurden an der Frontseite des Gebäudes aufgestellt und Bilder mit Szenen aus ihren Werken *Porin* und *Dubravka* im Foyer in der ersten Etage.

Vatroslav Lisinski trägt den Titel des „Musikhelden“¹²²⁷ der Stadt Zagreb, weil kein anderer Musiker so häufig und zahlreich mit Denkmalsetzungen bedacht wurde. Doch das verdankt er nicht nur seiner Musik, sondern vielmehr der Rolle, die ihm nach seinem Tode zugesprochen wurde. „Indem Franjo Kuhač ohne die nötige Kritik an Lisinski¹²²⁸ herangegangen ist“, machte er aus „ihm eine nationale Größe“, betonte Lovro Županović, der sich mit Leib und Seele dafür einsetzte, dass die wertvollsten Kompositionen von Lisinski zum Bestandteil des kroatischen Musiklebens werden.¹²²⁹ Im Gegensatz zu dem 1969 groß

¹²²⁷ Die These über Lisinski als „Musikhelden“ habe ich schon in früheren Werken aufgestellt (Nada BEZIĆ, Spomen i spomenici – likovi i imena muzičara na ulicama i trgovima Zagreba, in: *Instrumentiranje grada. Glazbe, gradovi politike*, Band von Zusammenfassungen, Hg. Mojca Piškori – Ines Prica – Marija Živković, Zagreb: Hrvatsko etnološko društvo, 2008, 5-6i 2009a), sowie auch auf der Konferenz *Musicians and Monuments: Tracing Composers' Memorial Iconography Through the Ages / Musiker und Denkmäler: auf den Fersen der Denkmälikonografie durch die Zeit*, die vom 15. bis zum 17. April 2010 in Wien abgehalten wurde (das Referat *Winners and Losers: Musicians' Monuments in Zagreb / Gewinner und Verlierer: Denkmäler zu Ehren von Musikern in Zagreb* ist in Druck; s. das Konferenzprogramm in Björn TAMMEN, *Musicians & Monuments*, Österreichische Akademie der Wissenschaften, 2010. <http://www.oeaw.ac.at/kmf/veranstaltungen/archiv/monuments.pdf>). In diesem Vortrag habe ich die These aufgestellt, dass in der Diskussion über die Zagreber Denkmäler Ivan Zajc der „Verlierer“ im Hinblick auf Lisinski war.

¹²²⁸ L. ŽUPANOVIĆ, *Stoljeća hrvatske glazbe*, S. 192.

¹²²⁹ Županović hat im einleitenden Kapitel seines letzten Buchs über Lisinski, *Kalendar zbivanja u životu i djelovanju Vatroslava Lisinskoga*, neben dem Tod des Komponisten nur noch die Aufstellung des Grabdenkmals 1863 und den Transport der Überreste auf den Friedhof Mirogoj zu den Schlüsselereignissen im Leben von Lisinski eingereiht. Die Errichtung der Gedenktafel und der Büste für Lisinski kam nicht auf die Liste. (L.

gefeierten Jubiläum für Lisinski (s. im Einleitungskapitel S. 152) fiel jedoch sein letzter Jahrestag (der 150. Jahrestag seines Todes) viel bescheidener aus.

Ist Vatroslav Lisinski heute nur noch ein Name aus den Schulbüchern, ein nur für diese Arbeit relevanter Musiker und eine Persönlichkeit der Denkmalsetzung?

Nenad Turkalj schrieb, dass Zlatko Baloković aus Prestige Gründen darüber „reflektierte“, dem neuen Konzertsaal, dem heutigen Lisinski-Saal, seinen Namen zu geben. „Als ihm das nicht gelang, schenkte er der Jugoslawischen Akademie der Wissenschaften und Künste (Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti), heute die Kroatische Akademie der Wissenschaften und Künste (Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti) seine wertvolle Geige, anstatt sie, wie anfänglich von ihm geplant, im Foyer des Saals aufstellen zu lassen.“¹²³⁰ Obwohl dieses Zitat fast schon anekdotische Züge besitzt und es nicht präzisiert, ob Baloković an die posthume Benennung des Konzertsaals dachte (und er starb 1965, lange bevor sie zu Ende gebaut wurde), wird in dieser Arbeit trotzdem aus mehreren Gründen darauf hingewiesen: Baloković war seinerzeit nämlich ein Musik-Star, der von allen hoch geschätzt wurde: Publikum, Fach und Regierung. Er kam nach Zagreb mit einem für die damalige westliche Welt üblichen Vorschlag. Im Westen war es möglich, sich mit privaten Spenden ein Andenken setzen zu lassen (beispielsweise in Form eines Gebäudenamens). In Jugoslawien war das zu jener Zeit unvorstellbar. Turkalj schreibt jedoch ein wenig früher in seinem Text, dass der Saal 1969 „schon den Namen von Vatroslav Lisinski trug“.¹²³¹ Keines der Bücher über den Lisinski-Saal enthält eine Information darüber, wann genau über den Namen entschieden wurde oder wer darüber entschied. Klar ist jedoch, dass diese Entscheidung mit den Feierlichkeiten zum Lisinski-Jubiläum 1969 zusammenfiel.

ŽUPANOVIĆ, *Vatroslav Lisinski (Zagreb, 1819 – Zagreb, 1854) Život i djelo. Uz 150. obljetnicu njegove smrti*, Zagreb: Graphis, 2003, 13)

¹²³⁰ Nenad TURKALJ, Tako je počelo, in: *Palača za novo stoljeće. 30 godina Koncertne dvorane Vatroslava Lisinskog*, Hg. Marija Babrieri, Zagreb: Koncertna dvorana Vatroslava Lisinskog, 2004, S. 20.

¹²³¹ *Ibid.*

Wie sich zeigte, wurde für den neuen Konzertsaal ein ausgezeichnete Name ausgesucht. Gleichzeitig war das die erste öffentliche Einrichtung¹²³², die nach einer Person benannt wurde (Schulen ausgeschlossen). Die Entscheidung von Ignac Fuchs, seinen Namen in Lisinski umzuändern, war viel weittragender, als er sich das je hätte denken können. Abgesehen von der Schullektion darüber, dass Lisinski der Autor der ersten kroatischen Oper war, assoziieren nämlich viele den Musiker sicherlich sofort mit dem Lisinski-Saal. Die Folgen dessen sind weitreichend und unabsehbar. Ein Beispiel stammt aus dem Internet: Im kostenlosen und in vielerlei Hinsicht unvollkommenen Programm *Google Übersetzer* (ein Programm für die mechanische Übersetzung im Google)¹²³³ wurde das Wort „Lisinski“ Ende 2011 mit „Hall“, also Saal (und zwar großgeschrieben) übersetzt.¹²³⁴ In den Programmanweisungen wird erklärt, dass das Programm während der Übersetzung die vorhandenen Wortressourcen und Daten vergleicht.¹²³⁵ In der Zwischenzeit wurde der Fehler zwar korrigiert, doch man kann behaupten, dass Vatroslav Lisinski im gesamten Internet *nur zu einem Namen abgestuft wurde*. Google führt nämlich unter den ersten sieben Suchergebnissen des Begriffs „Lisinski“ nur einen an, der sich auf den Komponisten bezieht (Wikipedia), wohingegen die anderen Ergebnisse den Konzertsaal, das Hotel, den Film *Lisinski* und zwei Musikschulen betreffen.¹²³⁶

Anmerkung über die Denkmalsetzungen für Musiker außerhalb von Zagreb

Es gibt noch zwei „denkmalbezogene musikalische Topografien“, die eine ausgezeichnete Fortsetzung der Zagreber Topografie darstellen würden. Die eine handelt von

¹²³² Z. B. das Theater in der Frankopanska-Straße trägt seit dem Jahr 1970 den Namen *Gavella*.

¹²³³ ***, Google Übersetzer, <http://translate.google.hr/?hl=hr&tab=wT#>

¹²³⁴ So wie er auch den Namen „Jelačić“ als Platz, also „Square“ und das Akronym HNK (Kroatisches Nationaltheater) als Theater übersetzte.

¹²³⁵ Ich bedanke mich bei Boris Debić aus dem Abteil „Google Übersetzer“, der mir erklärte, wie dieses Programm funktioniert.

¹²³⁶ Recherche am 16. September 2012.

der musikalischen Topografie Kroatiens beziehungsweise der musikalischen Topografie der restlichen kroatischen Musikzentren und die andere stellt eine kleinere Topografie der Denkmalsetzungen für kroatische Musiker im Ausland dar. Für die erste genügen nur einige Beispiele: die Gedenktafel am Geburtshaus von Franjo Krežma (wahrscheinlich eine der ältesten Gedenktafeln in Zagreb, die aus dem Jahr 1895 stammt und einem Musiker gewidmet wurde)¹²³⁷ und die Gedenktafel von Franjo Kuhač (1912 in Osijek aufgestellt); das Denkmal an Ivan Zajc vor dem gleichnamigen Kroatischen Nationaltheater in Rijeka; die Büste von Lovro Županović (ein Werk von Josip Poljan) auf dem Friedhof in Šibenik¹²³⁸ und natürlich eine Reihe von „Musikskulpturen“, die die Stadt Osor bekannt gemacht haben. Hierbei sollte das lobenswerte Beispiel der Stadt Rijeka hervorgehoben werden. Auf ihren Internetseiten¹²³⁹ informiert die Stadt nicht nur über Personen, nach denen Straßen benannt wurden, sondern auch über besonders wichtige Benennungsjahre.¹²⁴⁰

Zu der „ausländischen“ musikalischen Topografie können ein Denkmal, eine Gedenktafel und eine Straße gezählt werden.¹²⁴¹ Die älteste Denkmalsetzung ist die *Büste* von Vatroslav Lisinski in Ljubljana, in der Vegova-Straße, die gerade für ihre Musikerbüsten berühmt ist, aufgestellt vor der Musikschule und dem Sitz des Kulturvereins „Glazbena Matica“. Die Lisinski-Büste fertigte Lojze Dolinar¹²⁴² wahrscheinlich vor dem Jahr 1934 an. Im Jahr 1934 erschien nämlich schon ein Foto der Büste auf der Titelseite der vierten

¹²³⁷ „Am Tag des 2. September 1862 wurde in diesem Haus / der kroatische Geigenkünstler / Franjo Krežma geboren/ gestorben ist er am 15. Juni 1881 in Frankfurt am Main / dem ewigen Künstler als unvergängliches Andenken / am 1. September 1895“. Vladimir Fajdetić schreibt ausführlich über die Aufstellung der Gedenktafel in seinem Buch über Krežma. (V. FAJDETIĆ, *Franjo Krežma (1862–1881). Hrvatski violonski virtuoz XIX stoljeća u svom i našem vremenu*, Osijek: Zajednica kulturnih djelatnosti, 1982, S. 109 – 112).

¹²³⁸ D. VUJČIĆ, *Poljan*.

¹²³⁹ ***, *Ulice grada Rijeke – porijeklo naziva, Grad Rijeka*. <http://ulice.rijeka.hr/Default.aspx>.

¹²⁴⁰ Z. B. Die Zajčeva – Straße wurde 1952 nach Zajc benannt, vorher hieß sie P.I. Čajkovski-Straße.

¹²⁴¹ Weitere Recherchen sollten Denkmalsetzungen für kroatische Musiker einbeziehen, die in den ehemaligen jugoslawischen Republiken lebten und arbeiteten (z. B. Krešimir Baranović und Josip Štolcer Slavenski in Belgrad) (Julie Anne SADIE – Stanley SADIE, *Calling on the composer. A guide to European composer houses and museums*, New Haven – London: Yale University Press, 2005, S. 345–346).

¹²⁴² Županović nennt in der Monografie über Lisinski (L. ŽUPANOVIĆ, *Vatroslav Lisinski 1819 – 1854*, 131) den falschen Namen des Bildhauers: France und als Entstehungsjahr 1937. Vgl. den Artikel über Dolinar in *Enciklopedija Jugoslavije* (Mirko JUTERŠEK, Dolinar, Lojze, in: *Enciklopedija Jugoslavije*, Band 3, Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 1984, S. 513).

Ausgabe der Zeitschrift *Zvuk*. In Wien wurde dank der Gesellschaft „Društvo za promicanje hrvatske glazbe“ und des Kroatischen Komponistenvereins 2005 eine *Gedenktafel* mit dem Porträt von Blagoje Bersa aufgestellt. Die Gedenktafel befindet sich am Haus, in dem Bersa zu seiner Wiener-Zeit¹²⁴³ lebte und arbeitete. Im größten israelischen Hafen Ashdod wurde Ende 2009 eine Straße eröffnet, die nach dem in Zagreb geborenen Bariton und späteren Gründer des israelischen Konservatoriums Ervin Schlesinger (1904 – 1965) benannt wurde.¹²⁴⁴

Natürlich kann behauptet werden, dass die obigen Beispiele nicht besonders bedeutend sind: Lisinski war nur ein Komponist in einer Reihe ziemlich unifizierter Büsten und in der Gesellschaft slowenischer und serbischer Komponisten, aufgestellt zu der Zeit, als alle drei Völker in einem Staat lebten. Die Gedenktafel von Bersa misst sich in Wien mit anderen Denkmalsetzungen im Wettstreit. Die Straße in Israel wurde nach einem Musiker benannt, von dem nicht einmal die Musikexperten in Zagreb, geschweige denn, die breite Öffentlichkeit, etwas wissen. Nichtsdestotrotz handelt es sich hierbei um wertvolle und lobenswerte Versuche, die kroatischen Musiker auch im Ausland zu würdigen.

6. Schlussfolgerung

Das musikalische Zagreb war Gegenstand zahlreicher Forschungen, die immer nur einige seiner musikalischen Segmente (beispielsweise eine Musikepoche, die Arbeit eines Musikvereins oder ein Musikgenre) thematisierten. Die vorliegende Arbeit verfolgte jedoch das Ziel, aus den bisherigen Untersuchungen Informationen über Orte zu gewinnen, an denen die Musik in Zagreb zum Leben erweckt wurde. Diese Orte wurden erforscht und die

¹²⁴³ Davor MERKAŠ, Bersa opet u Beču, *Cantus*, (2005), 135/136, S. 67.

¹²⁴⁴ Dušan MIHALEK, Ulica nazvana po Ervinu Schlesingeru, hrvatskom glazbeniku, *Cantus*, (2009) 159/160, S. 14.

vorhandenen Ergebnisse schließlich ergänzt und übersichtlich sowie zielgerecht sortiert. Bei der Erfüllung dieser Aufgabe wurde klar, dass ein flächendeckender Begriff gefunden, definiert und theoretisch erarbeitet werden muss. Meine Wahl fiel auf die „musikalische Topografie“, die in der internationalen Literatur schon lange gang und gäbe ist, der jedoch nicht immer die gleiche Bedeutung zugesprochen wird. Soviel mir bekannt ist, wurde dieser Begriff in Kroatien erstmals in einer Arbeit verwendet, die ich im Jahr 2009 schrieb. Ausführlich erläutert wird er jedoch zum ersten Mal im vorliegenden Buch.

Gemäß der Definition, die in der Einleitung gegeben wurde, besteht die musikalische Topografie einer Stadt aus allen Orten, an denen musiziert wird: Orten, an denen Musik *gehört* oder *gespielt wird*, Orten, an denen Musik *gelehrt wird*, Orten, die die *Distribution* von Musik, Noten oder Tonaufnahmen und Instrumenten ermöglichen, und auch Orten, die das *Andenken an Musiker* durch Denkmalsetzungen aufrechterhalten.

Die Erforschung der musikalischen Topografie trägt dazu bei, dass wir uns über *die Musikalität* einer Stadt bewusst werden. Jeder neue Ort erweitert unsere Erkenntnis darüber, in welcher Art und Weise die Musik im Alltag oder bei speziellen Ereignissen zugegen ist oder war. Die musikalische Topografie ist ein Begriff, der eng mit dem „Musikleben“ einer Stadt verbunden wird. Unter dem Begriff „Musikleben“ versteht man hauptsächlich die Ausführung von Kompositionen (Konzerte und Opern) und manchmal auch den Musikunterricht, denn das sind die wichtigsten Segmente, in denen die Musik „lebt“. In dieser Arbeit wurde gezeigt, dass man die musikalische Topografie erfolgreich von der Geschichte des Musiklebens trennen und sie selbstständig untersuchen kann. Wenn man ihr dann noch den Inhalt des Musizierens an den jeweiligen Standorten (Repertoire, Musikerdaten, Rezeptionen u. Ä.) hinzufügt, bekommt man schließlich das Gesamtbild einer Musikkultur.

Das einleitende Kapitel wurde der musikalischen Topografie gewidmet. Dort wird mithilfe einer übersichtlichen Grafik erklärt, was dieser Begriff alles umfasst (S. 35). In

diesem Sinne wurden auch die in der obigen Definition genannten Segmente folgendermaßen bearbeitet: in geschlossenen Räumen *Ausführungsorte* (Konzertsäle und Hallen, in denen Konzerte stattfanden / wobei Kirchen, Vereinssitze und Gaststätten ausgeschlossen wurden / und Theater) und im Freien *Lehrorte* (Musikschulen und privater Unterricht), *Distributionsorte* (Notendruckereien, Büchereien, in denen Musikbücher und Noten verkauft werden, Musikbibliotheken, Werkstätten von Instrumentenmachern und Stimmern, Platten- und CD-Firmen, Konzertagenturen), *Denkmalsetzungen* (Denkmäler und Gedenktafeln, Grabmäler von Musikern auf den Zagreber Friedhöfen, Musikerstraßen). Einige Segmente wurden noch detaillierter klassifiziert, was dazu führte, dass die gesamte musikalische Topografie in 31 einzelne Ortstypen eingeteilt wurde, ohne dabei die vielfältigen Standorte im Freien zu berücksichtigen (s. Grafik 1). Jedes der angeführten Segmente wird auf eine spezifische Weise eingegliedert: Die Ausführungsorte werden nach dem Kriterium der Erreichbarkeit für die Öffentlichkeit in öffentliche und private Ausführungsorte eingeteilt; die Lehrorte nach dem Eigentumskriterium in staatliche, kirchliche und private Lehrorte und die Denkmalsetzungen werden zweierlei eingeordnet: in der Forschungsarbeit nach den hier beschriebenen Kriterien und in den Grafiken nach der Form, in der das Musiker-Andenken oder ein musikalisches Ereignis bewahrt wurde (d. h. in Texten, Bildern, Standorten, Gegenständen und Namen). Wie bei allen Einteilungen zeigte sich auch bei dieser, dass nicht alle Standorte eindeutig nach den angegebenen Kriterien klassifiziert werden können. Deshalb wurden wissenschaftliche Einrichtungen in die Kategorie „Übriges“ eingestuft. Glocken, Stadttamboure und andere zur städtischen Klanglandschaft gehörende Klänge wurden nicht zur musikalischen Topografie dazugezählt.

Das in dieser Arbeit vorgestellte Modell der musikalischen Topografie erfasst alle Ortstypen, die mit Musik zu tun haben und die in den vergangenen zwei Jahrzehnten in Zagreb aktuell waren (genauer gesagt von der ersten dokumentierten Operaufführung 1799 bis heute, d. h. bis zum Jahr 2010). Deshalb könnte die vorliegende Forschungsarbeit

vermutlich als Modell bei der Ausarbeitung musikalischer Topografien ähnlicher kroatischer und auch europäischer Städte nützlich sein. Ausführungsorte – vor allem dafür gebaute Konzertsäle und Theatergebäude – zählen zwar zu den wichtigsten Musikstandorten, sie fehlen jedoch in kleineren Orten, so dass deren musikalische Topografie aus anderen adaptierten Musikplätzen besteht (hauptsächlich Kirchen und Mehrzweckhallen, die sich beispielsweise in Kulturhäusern und Schulen befinden). Dieses Modell würde sich nur unbedeutend verändern, wenn man die Untersuchung der musikalischen Topografie auch auf andere Genres ausweiten würde, beispielsweise Jazz, Pop und Folklore, die in dieser Arbeit nicht thematisiert wurden. So könnte man noch Klubs, Stadien und Sporthallen als spezifische Musikstandorte hinzufügen. Obendrein könnte sich eine neue Untersuchung mit den virtuellen Musikorten befassen, d. h. mit der musikalischen Topografie der Stadt Zagreb im Internet. So eine Forschungsarbeit würde sich vor allem mit den Homepages von Konzertsälen und Theatern sowie der Auswahl aus verschiedenen Arbeiten über die Musikstadt Zagreb befassen.

Nach der Einleitung setzt sich der weitere Text damit auseinander, wie detailliert die musikalische Topografie in enzyklopädischen Artikeln über die Geschichte der Stadt und des Musikorts Zagreb untersucht wurde. In beiden Fällen zeigten die Ergebnisse, dass Musikorte in solchen Übersichten in einer geringen Anzahl vorkommen. Damit wurde bestätigt, dass es wichtiger ist, darüber informiert zu sein, *welches* musikalische Ereignis sich in der Stadt zutragte und eventuell auch *wer* auftrat, als *wo* sich das alles ereignete.

Größtenteils besteht dieses Buch aus der Darstellung zweier wichtiger Segmente der Zagreber musikalischen Topografie: den Musikorten und den Denkmalsetzungen. Deshalb hat jedes dieser Segmente eine inhaltsreiche Schlussfolgerung. Nur im Diskurs um die Denkmalsetzungen können die Untersuchungsergebnisse mit Zahlen ausgedrückt werden: 20 Gedenktafeln und 31 Denkmäler zu Ehren von 30 Personen aus der Musikbranche und 97

Straßen/Plätze, die nach 87 Musikern und Musikautoren benannt wurden (s. die Liste im Anhang 5 und 9). Zu den Musikorten können nur diejenigen Theater gezählt werden, in denen musikalische und darstellende Werke aufgeführt wurden (6 Theater) und zwei für Musikaufführungen gebaute Konzertsäle (das Kroatische Musikinstitut und der Konzertsaal Vatroslav Lisinski). Die anderen 12 angeführten Konzerträume, sechs Musikpavillons, 241 Grabmäler von Musikern und Musikautoren auf dem Friedhof Mirogoj entstammen meiner persönlichen Auswahl.

Auf die implizierte Frage der musikalischen Topografie, wo sich in Zagreb die Orte befinden, an denen die Musik ihre Spuren hinterließ, gibt es zwei mögliche Antworten: eine Liste von Musikstandorten (nach dem Typ des Standorts; nach der Örtlichkeit, z. B. die Oberstadt; nach der geehrten Person) und eine Analyse der Platzierung im Kontext Zentrum – Peripherie (was im Fall von Mirogoj gewissermaßen als Verhältnis Arkade – übrige Felder analysiert werden kann) und einzeln – gruppiert (Musikviertel einer Stadt, Büsten im Kroatischen Nationaltheater). Das Netz der Musikstandorte funktionierte wie ein Band zwischen den musikalischen Einrichtungen und Vereinen. Doch daneben gab es noch ein Personennetzwerk, zusammengesetzt aus Persönlichkeiten, die an Musikorten in ganz Zagreb tätig waren und die sich nicht ausschließlich mit Musik, sondern auch z. B. mit Bauingenieurwesen und Architektur befassten.

In diesem Buch versuchte man, die Autoren der musikalischen Gebäude und die für die Denkmalsetzungen verantwortlichen Künstler zu ehren (s. die Autorenliste im Anhang 11). Und während es allgemein bekannt ist, dass das österreichisch-ungarische Zweiergespann Helmer und Fellner das heutige Kroatische Nationaltheater entwarf, wird der junge Bauingenieur, Antun Cragolini, der das erste Theater am Markus-Platz erbaute, fast gar nicht erwähnt – ganz im Gegensatz zu der notorischen Information, dass das Baugeld aus einem Lotteriegewinn stammt. Es gibt noch eine dritte Kategorie ehrenhafter Personen, die aus den

Leitern musikalischer Einrichtungen zusammengesetzt wird. Der Lisinski-Saal könnte beispielsweise als Lebenswerk von Ivo Vuljević bezeichnet werden, dessen Mitarbeiter mit einem Relief ihren Dank zum Ausdruck bringen wollten.

Die musikalischen Standorte in Zagreb machten aus der Hauptstadt eine europäische Stadt. Diesen Titel verdiente sie sich unter anderem auch wegen der (manchmal auch trendbezogenen) Benennungen von Musikorten, der europäischen Komponistenstraßen, des Theaters aus der Helmer- und Fellner-Werkstatt, aber vor allem wegen des Lisinski-Saals, der es schaffte, das Publikum mit seinen hohen Maßstäben zufriedenzustellen. Der Lisinski-Saal stellt natürlich die Krone aller Bemühungen um Konzertstandorte in Zagreb dar. Umso mehr, da es sich um den einzigen Ort dieser Art in Zagreb handelt, der wirklich für alle Musikgenres (klassische Musik, Jazz, Pop und Folkloremusik) offen ist.

Der historische Diskurs war gewissermaßen in allen Kapiteln dieses Buchs zugegen: sei es in der chronologischen Darstellung des Inhalts oder explizit in den Tabellen. Das Ziel war jedoch nicht, *die Geschichte* der jeweiligen Segmente der musikalischen Topografie niederzuschreiben. Jeder neue Standort wirkte wie ein Antrieb für das Musikleben. Die Stadtausbreitung und das Stadtwachstum gingen aber nicht Hand in Hand mit der Zunahme der Musikstandorte. Vielmehr ist die Gesamtzahl der heute für musikalische und darstellende Werke vorgesehenen Orte ungefähr auf dem gleichen Stand, wie sie in der Zwischenkriegszeit war. Um auf die Frage zu antworten, in welchem Zeitraum innerhalb der beiden untersuchten Jahrzehnte Zagreb *am musikalischsten* war, sollte man den Musikstandorten und Denkmalsetzungen noch die Daten über die restlichen Segmente der musikalischen Topografie hinzufügen und sie mit der Einwohnerzahl vergleichen.

Welchen Nutzen ziehen wir aus den Forschungen über die Musikstandorte? Wenn wir wissen, um welche Standorte es sich handelt, wenn wir uns mit ihren Geschichten befasst und wir ihre Gegenwart aufschrieb, sollten wir zukünftig vor allem versuchen, sie zu ehren,

schützen, erneuern und schätzen zu lernen. Denn auch Musikstandorte, wie alle anderen Aspekte des lebendigen Stadtorganismus, verändern sich, verschwinden und werden zerstört. Obwohl in dieser Arbeit mehrmals betont wurde, dass beispielsweise das Theater von Stanković leider zerstört wurde, so muss man Zagreb doch anerkennen, dass es seine Musikstandorte im Wesentlichen (be)schützt.

Durch die historische Erforschung eines Konzertsaals können wir besser begreifen, wieso dort ein bestimmtes musikalisches Vorführungsprogramm ausgewählt wurde und für welches Publikum ein solches Programm vorgesehen war. Die Standortdaten sagen zudem aus, wie viele Stadtbewohner zu den Musikvorführungen gehen konnten (obwohl in den jeweiligen Epochen die Platzzahl in einem Raum abhängig von der Anzahl und Anordnung der Sitzplätze variierte). Die Geschichte der Musikorte weist darauf hin, dass sich ein großer Teil des Zagreber Musiklebens bis zum Zweiten Weltkrieg in Amateurränden befand, was vor allem den zwei wichtigsten Musikvereinen in Zagreb, dem Kroatischen Musikinstitut und dem Musikverein „Kolo“, zu verdanken ist.

Natürlich darf man auch die praktische Seite dieser Forschungsarbeit nicht außer Acht lassen. Insbesondere trifft das für diejenigen zu, die hoffentlich eines Tages die Aufstellung einer Gedenktafel z. B. am Haus von Georg Karl Wisner von Morgenstern oder seine Straßenbenennung initiieren werden. Es klingt vielleicht idealistisch, aber könnte es nicht auch für die heutigen Nutzer der musikalischen Standorte hilfreich sein, sich ein gewisses Geschichtswissen über diese Gebäude anzueignen? Wäre es nicht nützlich, wenn beispielsweise die Studenten im Gebäude der Akademie für darstellende Kunst, die wahrscheinlich die Komponistennamen an der Stirnseite ihres Gebäudes – des ehemaligen Sitzes des Vereins „Kolo“ – nie lesen, etwas über die Geschichte dieser Einrichtung lernen würden?

Identitätsfragen sind ein unausweichlicher Teil der musikalischen Topografie. Denkmalsetzungen tragen zur Promotion der nationalen Identität bei und gehören gleichzeitig teilweise zur optischen Wahrnehmung der Stadt Zagreb. Der Literatur nach trifft das vor allem bei dem Denkmal für Vlaho Paljetak und dem Musikpavillon am Platz Zrinjevac zu. In der gesamten Zagreber kulturellen Identität nehmen die wichtigen Musikstandorte (der Konzertsaal Lisinski, das Kroatische Nationaltheater und das Kroatische Musikinstitut) ihre eigenen Plätze ein. Wie wichtig *Lisinski* als Standort im städtischen Kulturleben ist, sieht man auch an der geschickt arrangierten Tradition zum Tag des Lisinski-Saals. Bei den Stadtbewohnern ist diese Feier sehr beliebt – *ihr* Konzertsaal öffnet ihnen einmal im Jahr die Tür in eine kostenlose Welt der verschiedensten Musikgenres. Eine noch größere Bedeutung hat das Gebäude des Kroatischen Nationaltheaters, das man als eines der erkennbaren kroatischen Nationalsymbole bezeichnen kann. Natürlich nicht nur wegen der *Musik* sondern vielleicht noch mehr wegen *der Worte*, die dort gehört werden. Und sollte der Platz „Trg maršala Tita“ (Platz des Marschalls Tito) wirklich in den „Kazališni trg“ (Theaterplatz) unbenannt werden, dann wird das in Zagreb die erste Platzbenennung nach einem Musikstandort sein, der sich nicht nur mit Musik befasst. In der musikalischen Topografie der Stadt Zagreb nimmt das Kroatische Musikinstitut einen besonderen Platz ein. Einer der Gründe dafür liegt darin, dass beim Kroatischen Musikinstitut nicht nur das Gebäude wichtig ist, sondern auch der Verein, dem das Institut gehört (so wie auch die *Gesellschaft der Musikfreunde* in Wien Besitzer des bekannten Gebäudes des *Musikvereins* ist). Obwohl es auch andere Aktivitäten organisiert, ist das Musikinstitut für die Öffentlichkeit nur ein Gebäude und diese Auffassung unterstützt es auch selbst in der visuellen Darstellung seiner Publikationen, Logotypen und auf der offiziellen Internetseite. Das Gebäude des Kroatischen Musikinstituts verdient deshalb auf jeden Fall eine eigene Monografie und diese sollte unbedingt an die vorherigen Monografien, die sich ausschließlich mit der Geschichte seiner Aktivitäten beschäftigten, anknüpfen.

Aus dieser Forschungsarbeit ging nicht hervor, dass die Standorte in einer direkten Verbindung mit der Musikproduktion stehen. Es stimmt, dass der Ausbau der Räumlichkeiten im Nationaltheater auch die Vergrößerung des Opernorchesters ermöglichte, jedoch hätte der bewährte Kapellmeister Schinzl den Marsch *Na Zrinjevcu* (Auf Zrinjevac) wahrscheinlich auch komponiert, wenn der Musikpavillon von Prister nicht eröffnet worden wäre. Für Zagreb ist gerade die Tätigkeit musikalischer Institute und Ensembles in inadäquaten Räumen (beispielsweise im kleinen Theater „Komedija“) charakteristisch. Denn, ungeachtet der eingegengten Räumlichkeiten im Theater „Komedija“, wurde dort trotzdem die sehr erfolgreiche Zagreber Musicalschule auf die Beine gestellt.

Eine der wichtigsten Aufgaben der ganzen musikalischen Topografie ist das Andenken. Man versucht, das Andenken an einen Ort zu bewahren, wenn schon nicht mit einer Denkmalsetzung oder einer Benennung, dann durch die Erinnerung, dass dieser Ort einmal der Musik diente. Nachdem ich diese Arbeit fertig geschrieben habe, empfinde ich es als meine Aufgabe, mich an einige Einrichtungen zu wenden, um sie von der Notwendigkeit des Denkmalschutzes zu überzeugen: Die Oper des Kroatischen Nationaltheaters sollte ermöglichen, dass die Gedenktafel an Nikola Faller wieder an sein Haus in der Mletačka-Straße aufgestellt wird und der Kroatische Schriftstellerverein sollte wieder die Überschrift an das Denkmal für Vlaho Paljetak aufstellen. Den Kampf gegen Vandalen – Graffiti-Sprüher – am Postament des Denkmals für Fran Lhotka im Stadtteil Prečko muss die Stadtverwaltung selbst führen. Den Nachfolgern wird es auch weiterhin überlassen bleiben, die Namen ihrer verstorbenen musikalischen Familienmitglieder an ihre Grabsteine zu schreiben, obwohl auf diese Art und Weise viele Musiker vergessen werden.

Anerkennung und Ehre können einem Musiker auch anders erwiesen werden, nicht nur durch Straßenbenennungen. Man könnte deshalb behaupten, dass der Internationale „Vaclav-

Huml-Geigenwettbewerb“ dem Geigenspieler Huml selbst mehr gebracht hat als seine Straße und sein Treppenhaus im Stadtteil Podsused.

Politik und musikalische Topografie arbeiten vor allem im Bereich der Denkmalsetzung zusammen. Schließlich wollte jede Zagreber Stadtverwaltung, dass die Hauptstadt als Kulturstadt bekannt wird – so behaupteten sie jedenfalls. Die politische Führung entschied jedoch auch, wo das Kroatische Nationaltheater erbaut wird, wieso die Arbeit des Vereins „Kolo“ stillgelegt und sein Gebäude nationalisiert wurde und wann der Konzertsaal Lisinski zu Ende gebaut wird. Das Verhalten der Bürger, die entweder in Musikgesellschaften versammelt sind, oder auch als Einzelgänger wirken, erscheint dabei fast irrelevant, obwohl es trotzdem gewisse Spuren hinterließ: Die Vereinsmitglieder aus „Kolo“ haben trotz der Verbote auf den Gräbern der Juliopfer gesungen, der unbekannte „Verbesserer“ der Inschriften am Büstenpostament des „Musikbegründers“ Vatroslav Lisinski arbeitete unermüdlich und das erneute Aufstellen der Gedenktafel für Franz Joseph I. im Treppenhaus des Kroatischen Musikinstituts wurde zum Paradigma für die stürmischen geschichtlichen Ereignisse in Zagreb.

Posthum wurde Vatroslav Lisinski eine große Rolle in den Zagreber politisch-geschichtlichen Verflechtungen zugeteilt. Wenn für Zagreb behauptet werden kann, dass es ein Musikorganismus ist, dann ist Lisinski sein Herz. Er war lange Zeit (seit seinem ersten großen Jahrestag 1919) der „Musikheld“ von Zagreb, was in dieser Arbeit erneut bestätigt wurde. Allerdings passierte dies nicht ohne einen (korrigierten) Fehltritt: Seine Straße in der Oberstadt wurde 1933 vorübergehend umbenannt. Der Name und die Gestalt von Lisinski befinden sich auf den meisten Denkmalsetzungen, nach ihm wurden die meisten öffentlichen Plätze benannt (gefolgt von Ivan Zajc und Blagoje Bersa mit der gleichen Anzahl der Denkmalsetzungen), sogar seine Musik wird meistens ausgesucht, wenn neue Musikstandorte eröffnet werden. Doch gleichzeitig stellt sich die Frage, ob Lisinski nicht zugleich ein Opfer

der ihm aufgezwungenen Rolle des Musikhelden wurde und ob sein Name zukünftig (nicht nur noch) als Synonym für den gleichnamigen Saal benutzt wird.

Man könnte sogar sagen, dass es sich bei der musikalischen Topografieforschung um einen spezifischen Kampf handelt – einen Kampf darum, wie sehr die Musik in unserem Allgemeinbild von Zagreb vertreten ist. Doch dabei geht es nicht um den Versuch, aus Zagreb eine „Musikstadt“ zu machen, obwohl dies manchmal der Fall war, z. B. in der Zeit mancher Musikbiennale oder als der Kroatische Gesangsverein „Kolo“ seine Feste in der ganzen Stadt feierte. Ein erfolgreiches „Ende dieses Kampfes“ bedeutet auch eine Gelegenheit dafür, dass die amtierende Stadtverwaltung darauf hingewiesen wird, wie wichtig es ist, die Musikstandorte finanziell zu unterstützen und zu renovieren.

Nach dieser Arbeit gibt es immer noch zahlreiche unerforschte Segmente der Zagreber musikalischen Topografie. Die übrigen Teile (Musikunterricht und Distribution, sowie privates Musizieren) sollten gründlich erforscht werden, während manche hier dargestellten Teile erweitert werden sollten (vor allem durch die übrigen Konzertplätze). Es wäre gut, wenn man die Grenzen zwischen den verschiedenen Musikgenres überbrücken und man somit auch die Standorte für Jazz, Unterhaltungsmusik und Folkloremusik einbeziehen würde. Das würde wenigstens in einigen Segmenten den Vergleich mit anderen Städten aus Kroatien und der Region ermöglichen.

Und letzten Endes kann ich dem Gedanken nicht widerstehen, das Netz der Musikstandorte mit einem Netz von musikbezogenen Personen zu erweitern (inspiriert vom gemeinsamen Konzertauftritt des Enkels von Ferdo Livandić und des Vaters von Dragan Plamenac, die nicht nur zusammen Walzer spielten, sondern auch beide Mitglieder der Musikinstitutsleitung waren). So würde ich dieser speziellen städtischen Musik- und Denkmalkarte des Friedhofs Mirogoj noch einen Stammbaum der Stadt Zagreb hinzufügen.

Hrvatski izvornik
Kroatischer Ausgangstext

Zaključak o spomen-obilježjima

»Ne tvori samo arhitektura naš gradski kulturni i povijesni okoliš.
Uz arhitekturu u našem je životu prisutna *arhitektura*,
to jest ukupnost urbane arhitekture i teksta koji je označuje.
U gradskom krajoliku imena ulica, zajedno sa spomenicima i spomen-pločama
pridonose semiotičkoj prisutnosti vladajuće ideologije
jer gradskoj arhitekturi daju poseban simbolički sadržaj.«

(Dunja Rihtman-Auguštin)¹¹⁹⁷

Imena i likovi glazbenika nude se uglavnom nenametljivo prolazniku središtem Zagreba, šetaču Mirogojem ili posjetitelju koncertnih dvorana i kazališta. Može se postaviti pitanje: Koliko su nastojanja na spomeničkom obilježavanju lika i djela muzičara u Zagrebu urodila plodom? Je li bilo dovoljno odabrati vidljiva mjesta i »vječne« materijale za spomenike, odnosno izboriti se da neka ulica dobije ime muzičara? Ili je ipak istinita tvrdnja Roberta Musila da »nema ničeg tako nevidljivog kao što su spomenici«¹¹⁹⁸ odnosno, u slučaju ulica, da npr. Zajčevu ulicu većina građana uopće ne dovodi u vezu sa skladateljem Ivanom Zajcom?

Postavljanjem spomen-obilježja materijalizira se kolektivno sjećanje/pamćenje onako kako to odrede vladajuće gradske strukture, više ili manje podržavajući i inicijative udruga, pojedinaca ili skupina građana. Spomen-obilježja su pokazatelji civilizacijskog standarda neke sredine, kulturne razine, promocije nacionalnog identiteta, kao i smisla za povijest.

Kroz diskurs o spomen-obilježjima u Zagrebu iskazao se odnos grada prema njima, a time i prema vlastitoj (i ne samo vlastitoj) glazbenoj baštini. Grad Zagreb je živ organizam, pa su i mijene u njemu prirodne. Neke se promjene događaju uz bučne prosvjede javnosti, poput onih koje je uzrokovalo rušenje rodne kuće jednog pjesnika zbog interesa privatnog kapitala.¹¹⁹⁹ Druge su tiše – onda kada nestaju imena zaslužnih muzičara na mirogojskim grobovima i zamjenjuju ih imena osoba nevažnih za širu kulturnu javnost. S druge strane apeli uglednih Zagrepčana kao da su imali učinka: Ivan Ulčnik pisao je 1934. da bi Franjo Krežma trebao dobiti svoju ulicu,¹²⁰⁰ i to se ostvarilo već sljedeće godine; Antoniu Janigru podignuta je spomen-ploča pet godina nakon što je to u svojim memoarima predložio Stjepan Aranjoš,¹²⁰¹ ali on to nije doživio. Može se reći da su spomen-obilježja ujedno i obilježja borbe za prostor u gradu, za povećanje broja lokacija glazbene topografije.

¹¹⁹⁷ D. RIHTMAN-AUGUŠTIN, *Ulice moga grada*, 51.

¹¹⁹⁸ Cit. prema NUBBAUMER, *Musikstadt Wien*, 92. »Es gibt nichts auf der Welt, was so unsichtbar wäre wie Denkmälern«.

¹¹⁹⁹ U doba kada je pisana prva verzija ovog rada, u ožujku 2011, projekt *Cvjetni prolaz* Tomislava Horvatinčića još nije bio do kraja izgrađen, te se nije moglo vidjeti je li investitor Horvatinčić vratio na pročelje svojeg novog zdanja u Preobraženskoj 6, na mjestu gdje je bila rodna kuća pjesnika Vladimira Vidrića, spomen-ploču koja je tamo stajala (tekst spomen-ploče vidi u I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*, 435). Do listopada 2012. to nije učinjeno.

¹²⁰⁰ Ivan ULČNIK, Franjo Krežma, *Zagreb*, 2 (1934) 12, 375.

¹²⁰¹ S. ARANJOŠ, *Sjećanja Stjepana Aranjoša. Kronika zlatne muzičke ere; Zagrebački solisti – Janigrovo doba. O devedesetoj godišnjici života*, Zagreb: Zagrebačka filharmonija – Hrvatsko društvo glazbenih umjetnika, 2004, 47.

U prethodnim se poglavljima posvećenima spomen-obilježjima između ostalog razmatralo:

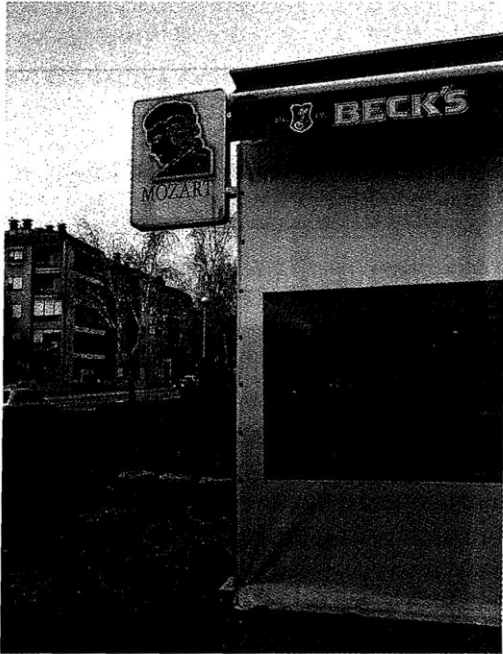
- broj i smještaj spomen-obilježja
- kome su posvećena spomen-obilježja
- zastupljenost glazbenika u spomen-obilježjima u Zagrebu u odnosu na druge umjetnike, a djelomično i na druge istaknute osobe
- tko su likovni autori spomen-obilježja
- skrb postavljača i/ili grada Zagreba: s jedne strane za informaciju koja se po definiciji mora nalaziti uza svako spomen-obilježje, a s druge za fizičko stanje spomen-obilježja.

O količini spomen-obilježja može se govoriti samo u slučaju spomenika, spomen-ploča i ulica, jer je za diskurs o glazbeničkim grobovima na zagrebačkim grobljima učinjen izbor, a konačan ukupan broj takvih grobova je daleko veći. U Zagrebu je, da zaključimo:

20 spomen-ploča	i 31 spomenik	u čast 30 osoba
99 ulica (Zagreb 73 + Sesvete 26)		u čast 86 osoba
ukupno osoba: 96 (vidi prilog 10)		

Jedna od karakteristika smještaja glazbeničkih spomen-obilježja u Zagrebu je grupiranje – u prostorima HNK poprsja glazbenika izmjenjuju se s poprsjima kazališnih umjetnika i pisaca tvoreći tako prirodnu cjelinu koja trajno raste jer se dodaju nova poprsja, pa se shodno tome i njihova mjesta povremeno mijenjaju. Grupacije glazbeničkih ulica u Maksimiru, Podsusedu, Prečkom i Sesvetama imaju svoje pandane u skupinama ulica imenovanih po osobama iz drugih umjetničkih područja (slikari u Maksimiru, književnici u Malešnici itd.). Kada je riječ o smještaju spomen-obilježja, mogu se također povući različite usporedbe. Mjesto počivališta Alberta Štrige na Mirogoju, u Ilirskoj arkadi, daleko je reprezentativnije od njegove malene uličice na Peščenici. No, da je urbanistički razvoj bio drukčiji, tj. da se Peščenica razvila u uglednu i prestižnu gradsku četvrt, možda bi i Štrigina ulica dobila na važnosti, što se još može i dogoditi. Premda je u poglavlju o ulicama bilo jasno pokazano da je Lisinskom 1933. godine učinjena nepravda kada mu je oduzeta ulica na Gornjem gradu i spomen na njega bio bačen na periferiju, to i nije nužno trebalo biti loše. Uostalom, i nekadašnji Florijanski put postao je važna Ulica Ivana Zajca. Nova bi Ulica Lisinskog na Peščenici zasigurno bila veća od one gornjogradske, kojom prolaze samo stanovnici Visoke, zaposlenici u nekadašnjoj palači Pongratz i poneki turist. Valja se podsjetiti da je 1930-ih godina, od kada datiraju imenovanja Zajčeve i »nove« Lisinskijeve ulice, Gornji grad još uvijek u svijesti onih koji su se bunili protiv tih imenovanja (kao npr. starih Zagrepčana Antuna Gogle i Ivana Ulčnika) hijerarhijski bio najznačajnije i najbolje mjesto za *spomen-ulice*. Možemo se prisjetiti poznate činjenice da je ban Kuen-Héderváry inzistirao da se nova zgrada HNK izgradi na tadašnjoj periferiji i pokazalo se da je bio u pravu.

Da bi se dobio pregled kome su posvećena spomen-obilježja, mogu se rezultatima istraživanja pridružiti i podaci o imenovanjima drugih javnih prostora u



Sl. 44. Mozart na rubu grada – pizzerija u Španskom, Kavanjinova 16 (snimila N. Bezić, 2010)

Zagrebu. U prilogu 10 *Nazočnost glazbenika, glazbenih pisaca i glazbalara u Zagrebu kroz spomen-obilježja (spomenici, spomen-ploče i ulice) i imenovanja javnih prostora u 2010. godini* nalaze se imena svih osoba iz hrvatske glazbene baštine, njih 87, kojima je posvećen spomenik ili spomen-ploča, odnosno prema kojima je nazvana ulica ili neki drugi javni prostor, prije svega glazbene škole (nisu uključeni spomenici na grobljima). Među njima su skladatelji (školorovani i amateri), glazbeni pisci (muzikolozi, etnomuzikolozi i ostali pisci o glazbi), dirigenti, pjevači, instrumentalisti, glazbeni pedagozi. Iz svijeta izvan tzv. ozbiljne glazbe osobito se ističe Vlaho Paljetak, slijedi pučki pjesnik Florijan Andrašec (vidi o tome kasnije), a od glazbalara su zastupljeni jedan zvonoljevač, Henrik Degen, i nekadašnji tvorničar Franjo Schneider. U popis je uključen i jedan ne-muzičar, Ivo Vuljević, koga se može odrediti oznakom djelatnosti iz *Leksikona jugoslavenske muzike*: »organizator muzičkog života«¹²⁰² i po kojem jedna glazbena nagrada nosi ime.

Po broju spomen-obilježja daleko je na prvome mjestu

Vatroslav Lisinski: na otvorenom dva poprsja i dvije spomen-ploče,
u zatvorenim prostorima pet poprsja i jedna spomen-ploča,
+ ulica, glazbena škola, koncertna dvorana, kavana i hotel.

Slijede ga Ivan Zajc i Blagoje Bersa s podjednakom zastupljenošću:

Zajc: na otvorenom spomen-ploča, u zatvorenom tri poprsja, + ulica i glazbena škola;

Bersa: na otvorenom poprsje i spomen-ploča, u zatvorenom poprsje, + ulica i glazbena škola.

¹²⁰² Vuljević, Ivo, u: *Leksikon jugoslavenske muzike*, sv. 2, 527.

Najbrojnija spomen-obilježja su, dakako, ulice. Samo je nekoliko osoba povezanih s glazbom koje imaju spomen-obilježje, a nemaju svoju ulicu: Elly Bašić (glazbena škola, spomenik), Janko Barlè, Antonio Janigro, Svetislav Stančić i Ivo Vuljević (spomen-ploče), Badema Sokolović (poprsje u HNK).

Kao što je navedeno u poglavljima o spomenicima i ulicama, daleko najviše ima skladatelja: njima je posvećeno 40% spomenika i spomen-ploča i 57% ulica. Bez obzira na različite kriterije u odnosu zatvoreni/otvoreni prostori, može se zaključiti da stijeg spomen-obilježja u Zagrebu nose skladatelji, a slijede ih pisci o glazbi (17% spomenika i 20% ulica) i pjevači (17% spomenika i 12% ulica).

Inozemni glazbenici (ima ih desetero) izdvojeni su u posebnom prilogu 10.2. Nazočni su u Zagrebu prije svega kroz ulice u naselju Prečko, a Wolfgang Amadeus Mozart, Gioachino Rossini i Giuseppe Verdi kroz ugostiteljske objekte.¹²⁰³ Potonji su uzeti tek kao primjer eksploatacije *zvučnih* glazbeničkih imena jer bi potpuni popis takvih lokacija, kojih možda ima još, bio tema nekog drugog diskursa o glazbenoj topografiji Zagreba. Znakovito je da je pizzerija »Mozart« u naselju Špansko (Kavanjinova 16) otvorena 1992. godine, dakle nakon planetarno slavljene *Mozartove* godine (sl. 44).¹²⁰⁴ U pizzeriji se nalaze i dvije slike Mozarta, a da vlasnici imaju smisla za toponimiju dokazuje i to da su stavili sliku s portretom Jeronima Kavanjina, po kome je nazvana ulica u kojoj je pizzerija.

U prethodnim je poglavljima bilo isticano da se ne može reći za sve osobe čija su spomen-obilježja razmatrana da su bili izričito glazbenici ili glazbeni pisci. To se odnosi prije svega na Antuna Gustava Matoša, jer ga šira javnost percipira isključivo kao književnika. Dobar primjer je i Arnošt Grund, koji je prema *Hrvatskom biografskom leksikonu* bio »glumac, pjevač, redatelj, entomolog i filatelist«.¹²⁰⁵ Grund nije uvršten u *Leksikon jugoslavenske muzike*, no nalazi se u knjizi Marije Barbieri o hrvatskim pjevačima, koja osobito ističe njegovo tumačenje Vašeka u *Prodanoj nevjesti*.¹²⁰⁶ S druge strane Saša Šimpraga Grundovu ulicu proglašava »jedinom postojećom zagrebačkom filmskom ulicom«, jer je Grund bio autor prvog hrvatskog filma iz 1917. godine.¹²⁰⁷

Imanentno je spomen-obilježjima da odražavaju situaciju vrednovanja i sveukupnog znanja iz razdoblja kada su postavljena/imenovana. Prva brojnija imenovanja glazbeničkih ulica očito su bila posljedica Kuhačevih knjiga s kraja 19. stoljeća: *Vatroslav Lisinski i Ilirski glazbenici*, koje su »našle put do velikog broja hrvatskih intelektualaca, a posljedice toga su vidljive sve do kraja 20. stoljeća«.¹²⁰⁸ Kada bi se danas odlučivalo, sigurno bi umjesto Franje Rusana i Armina Šrabeca te ulice u

¹²⁰³ Uspješni rad kafića *Mozart* u Sveticama doveo je do toga da vlasnici otvore i autopraonicu *Mozart* u neposrednoj blizini.

¹²⁰⁴ Podatak o godini dobiven od vlasnice, Marije Ćurković, siječanj 2011.

¹²⁰⁵ Željka ČAVKA, Arnošt Grund, u: *Hrvatski biografski leksikon*, sv. 5, Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2002, 268.

¹²⁰⁶ M. BARBIERI, *Hrvatski operni pjevači*, 196.

¹²⁰⁷ S. ŠIMPRAGA, *Zagreb...*, 471.

¹²⁰⁸ Zdravko BLAŽEKović, Franjo Ksaver Kuhač: utemeljitelj hrvatske glazbene historiografije, u: Sanja Majer-Bobetko – Zdravko Blažeković – Gorana Doliner, *Hrvatska glazbena historiografija u 19. stoljeću*, Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2009, 97.

Zagrebu dobili neki glazbenici 19. stoljeća koje u naše vrijeme smatramo istaknutijima i važnijima. Franjo Kuhač je, prema mišljenju Sanje Majer-Bobetko, bitno pridonio tome da u historiografske preglede s kraja 19. stoljeća nije bio uvršten Georg Karl Wisner von Morgenstern,¹²⁰⁹ čime je automatski ispao iz užeg kruga za dobivanje spomen-obilježja. Lovro Županović, prvi temeljiti suvremeni istraživač djelovanja i opusa Wisner von Morgensterna, tvrdio je da je Wisner »zaslužio bar neki približni optički dokaz trajanja u zgradi društva kome je bio jedan od utemeljitelja«, dakle u HGZ-u¹²¹⁰ i predložio postavljanje biste ili »opstojanje u nazivu bar nekog našeg glazbenog tijela«, pri čemu je prvenstveno mislio na Društveni orkestar HGZ-a. Postoje iz novijeg vremena i pozitivni primjeri povezanosti objavljenih istraživanja i spomen-obilježja. Vjerojatno ne bi bilo ulice Florijana Andrašeca, da nije Zvonimir Bartolić 1988. objavio knjigu *Hrvatski pučki pjesnik Florijan Andrašec*.¹²¹¹ Još jedan je primjer spomen-ploča na rodnoj kući Pavla Markovca, koju je postavio izdavač knjige o Markovcu,¹²¹² »Kolektiv NIRO Radničke novine«, tri godine nakon objavljivanja knjige.

Osobe koje imaju najviše spomen-obilježja na otvorenom u Zagrebu su jedan političar i jedan umjetnik: Stjepan Radić (dva spomenika i četiri spomen-ploče; trg) i August Šenoa (tri spomenika i tri spomen-ploče; ulica).¹²¹³ Od umjetnika najbrojnija su spomen-obilježja književnicima koji su, dakako, imali i mnogo istaknutiju ulogu u oblikovanju nacionalne svijesti nego muzičari, a i njihovo cehovsko društvo, Društvo hrvatskih književnika (osnovano 1900. godine), mnogo je starije od Hrvatskog društva skladatelja. **Usporedba zastupljenosti** spomen-obilježja glazbenicima u Zagrebu sa spomen-obilježjima drugim umjetnicima pokazuje da su glazbenici brojem spomen-obilježja bliži likovnim umjetnicima, a brojem osoba u sredini između književnika i likovnih umjetnika (zbog vrlo malog broja spomen-obilježja nisu uzeti u obzir kazališni i filmski umjetnici). U Zagrebu na otvorenom postoji:

- 46 spomenika i spomen-ploča u čast 20 književnika;
- 18 spomenika i spomen-ploča u čast 15 glazbenika;
- 14 spomenika i spomen-ploča u čast 9 likovnih umjetnika.

Zastupljenosti književnika mogu se pridružiti i ulice imenovane prema likovima iz književnih djela, pa i ljupki spomenik Dori Krupićevoj, liku iz *Zlatarevog zlata*, na jednom od najfrekventnijih turističkih punktova, pokraj Kamenitih vrata.

Spomen-obilježja, osim imena ulica, prije svega su stvar vizualnog aspekta. Glazbenički spomenici po definiciji pridonose vizualnom identitetu Zagreba, ali po kombinaciji veličine, relativno dobre lokacije i lijepe izvedbe ističe se jedino por-

¹²⁰⁹ Sanja MAJER-BOBETKO, Popis izvora, u: Sanja Majer-Bobetko – Zdravko Blažeković – Gorana Doliner, *Hrvatska glazbena historiografija u 19. stoljeću*, Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2009, 182.

¹²¹⁰ L. ŽUPANOVIĆ, *Stoljeća...*, 161. Županović je navedene riječi napisao nakon što je HGZ prigodom svoje 150. obljetnice uvrstio Wisnera među 15 najzaslužnijih članova čija su imena uklesana na spomen-ploči u prizemlju zgrade (vidi u popisu 5).

¹²¹¹ Zvonimir BARTOLIĆ, *Hrvatski pučki pjesnik Florijan Andrašec [1888–1988]*, Čakovec: »Zrinski«, 1988.

¹²¹² Andrija TOMAŠEK, *Pavao Markovac. Čovjek i djelo*, Zagreb: NIRO »Radničke novine«, 1983.

¹²¹³ I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*

tretna figura Vlahu Paljetka. Njezine reprodukcije nalaze se u turističkim vodičima po Zagrebu,¹²¹⁴ na razglednicama Zagreba¹²¹⁵ i sl. Spomen-obilježja pak koja se postavljaju u novi /novoizgrađeni prostor u svojevrsnoj su prednosti jer su, u pravilu, za nj i rađena. U Zagrebu su četiri takva slučaja: poprsja Zajca i Lisinskog u auli HNK, skulptura Vojina Bakića u dvorani *Lisinski*, koja, prema mišljenju Ive Maroevića, nije bila sretno smještena u prostor foajera,¹²¹⁶ i portret Ivana Zajca na stropu gledališta HNK, ujedno i jedino spomen-obilježje dano nekom glazbeniku za njegova života.¹²¹⁷

Popis spomenika i spomen-ploča u prilogu 5 nema namjere zadovoljavati kriterije sličnih popisa koji se nalaze u literaturi iz povijesti umjetnosti, jer su u ovome izostavljeni podaci o materijalu i dimenzijama spomenika, kao što ni dijelovi ove knjige koji su govorili o autorima tih spomenika nisu previše ulazili u analizu spomenika s likovnog aspekta. Upravo zato je priložen popis pod naslovom **Autori likovnih prikaza** glazbenika i glazbenih pisaca (28 imena), kao temelj za buduća interdisciplinarna istraživanja o prikazima muzičara u Zagrebu (prilog 11). Neki od kipara ističu se brojnošću spomenika, to su Vanja Radauš (6) i Ivo Kerdić (4), pri čemu je Radauš također bio autor spomenika glazbenicima i u drugim gradovima, prije svega u Osijeku (spomenici F. Krežmi, P. Kolariću i F. Kuhaču) i Osoru.

Dvije vrste **skrbi o spomen-obilježjima** – ispunjavanje informativne zadaće spomen-obilježja i skrb za njegovo održavanje – u Zagrebu su tek dijelom provedene. Prolaznicima je uskraćena informacija o tome da *čovjek s gitarom* u Prolazu neboder prikazuje Vlahu Paljetka,¹²¹⁸ a pogotovo ne mogu znati da je u jednom zaključanom privatnom dvorištu na Gornjem gradu spremljena spomen-ploča Nikoli Falleru. Šmisao svakog zalaganja za imenovanje neke ulice dovršen je kada se na njezinom početku pojavi ploča na kojoj piše ponekad samo prezime onoga po kome je imenovana; zbog relativno velikog broja prezimenjaka potrebno je i osobno ime, ako već ne i osnovne informacije o osobi. Pružanje odgovarajuće obavijesti zakazuje i kod spomen-ploča koje su posve neupadljive, gotovo stopljene s fasadom (npr. na rodnoj kući P. Markovca, sl. 42), ili su pretjerano šarene, pa je natpis gotovo nečitak (spomen-ploča J. Gostiću, sl. 43).

Spomenici muzičarima trpe od vandala kao i svi drugi spomenici, pri čemu možda stanovitu ulogu ima i njihov smještaj – očito su ugroženiji ako su izvan centra, tj. u Prečkom, gdje je postolje Lhotkine glave već godinama išarano grafitima.

¹²¹⁴ Nikola ŠTAMBAK (ur.), *Zagreb*, Zagreb: Masmedia, 2004, 135.

¹²¹⁵ Npr. razglednica u izdanju *Naša djeca*, Zagreb, 3 ZGB-41.

¹²¹⁶ U odlomku o foajeru Maroević piše: »Čist prostor, čak i zanimljiv u toj svojoj prigušenoj visini, no suviše kontinuiran, suviše dug da bi bio intiman. Nema središta oko kojega bi se kretao prostor. Je li to bista Vatroslava Lisinskog, što ju je izvajao Vojin Bakić (igra riječi je dopuštena), teško je reći.« (I. MAROEVIĆ, *O Zagrebu usput...*, 190.

¹²¹⁷ Nekoliko desetljeća kasnije istu je počast doživjela dramska umjetnica Marija Ružička-Strozzi, kada je otkriveno njezino poprsje u HNK.

¹²¹⁸ Natpis nedostaje od 2004. (kada sam to uočila), a možda i od ranije. Nemar Hrvatskog društva skladatelja prema označavanju spomenika koji je postavilo podudara se s izostavljanjem podatka o tom spomeniku u kronikama HDS-a (K. KOVAČEVIĆ – E. KR PAN, Krpan *Hrvatsko društvo skladatelja...*). Doduše, podaci o postavljanju spomen-obilježja Lisinskom i Bersi su također nepotpuni/krivi, npr. proslava 100. godišnjice rođenja Berse pogrešno je smještena u 1972. godinu (*ibid.*, 13).

Starijim nečitljivim grafitima zabilježenim na fotografiji iz 2007. godine u knjizi *Spomenici...*¹²¹⁹ u međuvremenu je dodan crvenim slovima »THE END« (sl. 41). Može se navesti i pozitivan primjer: Hrvatsko pjevačko društvo »Kolo« ne postoji već više od pola stoljeća, ali spomenik srpanjskim žrtvama, koji je »Kolo« dalo postaviti na Mirogoj, nedavno je obnovljen troškom Gradskih groblja.

U postavljanju spomen-obilježja do sada je sudjelovalo ponekad i nekoliko udruga i institucija zajedno (vidi prilog 6), pa bi bilo dobro da se i u skrbi o njima udruže oni kojih se tiču. Primjerice, i Muzičkoj akademiji i HGZ-u bi moralo biti stalo da se stavi natpis na Kerdićevo poprsje Berse u prostoriji koju koriste obje institucije. Slično tome, kada se jednom otvori spomen-prostor »Zbirka Margite i Rudolfa Matza«, Muzej grada Zagreba će sigurno trebati partnere iz glazbenih krugova za oživljavanje te zbirke. Kustos Slavko Šterk je još 1996. napisao: »U suradnji s Glazbenim zavodom i koncertnom dvoranom 'Vatroslav Lisinski' u stanu bi se dva puta na tjedan, osim posjeta i razgledanja ambijenta, održavali i manji, intimni koncerti ili predavanja o glazbi.«¹²²⁰

Skrb o spomen-obilježju može se proširiti na skrb o spomenu općenito, što bi podrazumijevalo trajno podsjećanje na nečiji lik i djelo. Na tragu takvoga nastojanja djeluje npr. Udruga umjetnika »August Šenoa« Zagreb,¹²²¹ koja redovito slavi Šenin rođendan 14. studenog pokraj njegovog spomenika u Vlaškoj ulici, nakon čega još danima ostaje upadljiv spomen prolaznicima u obliku cvijeća i trobojnica. Možda je prirodnije da se glazbenicima u čast uz njihove godišnjice/obljetnice priređuju koncerti, koji bi se mogli nazvati »spomen-koncerti«.

Riječ o politici

Kada je riječ o spomen-obilježjima, politika je nazočna prije svega u izboru imenovanja i lociranja ulica, ali i drugdje, kao što se vidjelo u slučaju poprsja Lisinskoga u Jurjevskoj ulici. Gradska tijela određuju ime i smještaj ulica, a u nekim slučajevima i konačno počivalište zaslužnih glazbenika na Mirogoju. K tome Grad odobrava lokacije, oblik i tekst spomenika i spomen-ploča koje mogu postavljati udruge i institucije. Pitanje »Tko dodjeljuje, određuje spomen-obilježja u ime Grada?« morat će ostati neodgovoreno, jer je riječ o nepreglednom nizu imena gradskih zastupnika od 1878. do 2010. godine. Pa ipak, indikativan je popis tko je krajem 2010. bio u Odboru za imenovanje naselja, ulica i trgova: predsjednik mr. sc. Marin Knezović, profesor povijesti, zaposlen u Zagrebačkom holdingu; članovi: Ivana Mlinar Horvat, po zanimanju viša stručna suradnica, zaposlena u SDP Hrvatske; Goran Kutlić, inženjer medicinske radiologije; Miroslav [Ćiro] Blažević, nogometni trener i dr. sc. Zvonko Maković, sveučilišni profesor i povjesničar umjetnosti, ujedno jedini nestranački član Odbora.¹²²² Svi su članovi Odbora ujedno i članovi Gradske skupštine.

¹²¹⁹ I. KOŽARIĆ, *Spomenici...*, 113.

¹²²⁰ S. ŠTERK, *U susret budućoj...*, 153.

¹²²¹ ***, Udruga umjetnika »August Šenoa«. <http://free-zg.t-com.hr/udruga-umjetnika-august-senoa/oNama.htm>.

¹²²² Titule su preuzete s internetske stranice ***, Odbor za imenovanje naselja, ulica i trgova, Zagreb, službene stranice Grada Zagreba. <http://www.zagreb.hr/default.aspx?id=1182>.

Zbog duboke povezanosti spomen-obilježja i povijesnih okolnosti te politike, a potonje podrazumijeva trenutnu političku situaciju kao i odnos vladajućih prema intelektualnom naslijeđu, nije iznenađujuće da su promjene uzrokovane politikom. Spomen-ploča na stubištu HGZ-a ponovno je okrenuta 1991. godine – možda se to moglo učiniti i ranije da nije na njezinom mjestu (točnije na poledini mramorne ploče desetljećima okrenutoj publici) bio reljef Josipa Broza Tita. Kao što je poznato, do 1990. nije se moglo ni pomisliti na uklanjanje spomen-obilježja Titu. A imena na ploči koja su 1918. postala politički nepodobna (Franjo Josip I., Kršnjavi i Khuen-Héderváry), u samostalnoj Republici Hrvatskoj bez straha se ponovno pokazuju javnosti. A ta javnost si uzima za pravo da reagira. Njezine su reakcije u granicama razumljivog dok se npr. radi samo o usmenim prigovorima tajnici Glazbene škole *Vatroslava Lisinskog* zato jer je na istaknutom mjestu u školi još uvijek spomen-ploča na kojoj se nalazi ime Josipa Broza Tita, pokrovitelja proslave jubileja škole 1979. godine¹²²³ (tekst u *Popisu spomenika...*).¹²²⁴ Međutim, agresivno postupanje posve je neprimjereno, ali nažalost ima efekta, jer se natpisi na postoljima na kraju moraju preformulirati pod pritiskom onih koji ih oskvrnjuju.

Povijesne i političke promjene početkom 1990-ih odrazile su se ne samo na spomen-ploče i spomenike nego i na imena ulica, pa čak i jedne glazbene škole: 1996. godine Glazbena škola *Josip Štolcer Slavenski* promijenila je ime u Glazbena škola Rudolfa Matza. Dakako da je važnu ulogu u tome imala činjenica da je Slavenski od 1924. godine do smrti djelovao u Beogradu.

U svojoj knjizi o *glazbo-gradu* Beču Martina Nußbaumer naglašava važnost ceremonije postavljanja spomenika, od toga tko je bio nazočan do toga što se govorilo. Riječ je o spomenicima na otvorenom, koji imaju veće značenje samim time što su neposredno u kontaktu s mnogo većim brojem ljudi, nego oni u zatvorenim prostorima. Među zagrebačkim svečanostima otkrivanja spomenika osobito se ističe ona prva, pri otkrivanju spomen-ploče Lisinskom u listopadu 1919. Već sam popis nazočnih, što ga je načinio Antun Goglia, govori o važnosti događaja: »izaslantstva vojničke vlasti, zem. vlade, Društva hrvatskih književnika, Matice Hrvatske, Akademije, sveučilišta, Družbe Braće Hrvatskog Zmaja, Matice slovenske, H. P. D. »Zora« u Karlovcu te mnogo kulturnih radnika i sva hrvatska pjevačka društva, a na čelu im H. P. D. »Kolo«.¹²²⁵ Predstavnici (gradske) vlasti nisu bili samo pasivni promatrači – gradonačelnik Stjepan Srkulj držao je govor »i primio spomen ploču na čuvanje istaknuvši veliki nacionalni značaj ove slave«. Dakako, pri tome se spojio ugled postavljača, pjevačkog društva »Kolo«, razdoblje u kojem je bilo postavljanje (prva godina u novoj nacionalnoj zajednici Slavena) te značenje onoga kome se postavlja spomen-ploča, Vatroslava Lisinskog. U novije vrijeme spomen-ploče umjetnicima otkrivaju se bez uglednika izvan glazbeničkog svijeta, a osobito je skromno bilo na otkrivanju spomen-ploče Rudolfu Matzu, kada je uz predstav-

¹²²³ Zahvaljujem Mirjani Vukelić na ovom podatku.

¹²²⁴ Jedini političar koji se još pojavljuje na glazbeničkim spomen-pločama je Franjo Tuđman – kao pokrovitelj proslave 100. godišnjice zgrade HNK (vidi tekst u prilogu 5.2.).

¹²²⁵ A. GOGLIA, *Spomenica povodom 80-godišnjice...*, 118.

nike Družbe »Braća hrvatskoga zmaja« govorio jedino Anđelko Krpan, u svojstvu pročelnika Odsjeka za gudače Muzičke akademije.¹²²⁶

Slučaj Lisinski, zaključno

Budući da su važnost i zasluge Wisner von Morgensterna još uvijek premalo poznate široj javnosti, a k tome je bio i stranac, opće je prihvaćeno da je Vatroslav Lisinski bio prvi značajni zagrebački muzičar (ne samo skladatelj). Posljedično je i prvi za čiji se nadgrobni spomenik znade (nadgrobna ploča Pokornog nije dostupna široj javnosti), a koji se – doduše transformiran – sačuvao do danas. Lisinski je prvi dobio ulicu, spomen-ploču i spomenik na otvorenom. Kao što je on sam bio »začetnik novije ... glazbe«, tako je spomen na njega davao prve glazbeničke pečate gradu. No, Lisinski je s vremenom postao »svehrvatski« skladatelj u smislu da ga se ne veže isključivo uza Zagreb, a rijetko tko od šire populacije zna da je rođen u Zagrebu.

U Zagrebu se Lisinski u spomen-obilježjima najčešće nalazi u kombinaciji s Ivanom Zajcom – u HNK-u, HGZ-u i Glazbenoj školi V. Lisinskog. U samoj zgradi HNK dva puta se susreće u kombinaciji s Gundulićem: poprsja im se nalaze na fasadi, a u foajeru na prvom katu oslikani su prizori iz njihovih djela, *Porina* i *Dubravke*.

Po prvenstvu u postavljanju i brojnosti spomen-obilježja Vatroslav Lisinski je zagrebački »glazbeni heroj«.¹²²⁷ No, tome nije zaslužna prvenstveno njegova glazba, nego uloga koja mu je nametnuta nakon smrti. Lovro Županović ukazao je kako je Franjo Kuhač »od Lisinskoga načinio nacionalnu veličinu«, pisanjem »lišenim potrebne kritičnosti« prema Lisinskom.¹²²⁸ Županović se svesrdno zalagao da najvrednija Lisinskijeva djela postanu sastavni dio hrvatskoga glazbenog života.¹²²⁹ Međutim, za razliku od velike proslave jubileja Vatroslava Lisinskog 1969. godine (vidi uvodno poglavlje, str. 152), njegova posljednja obljetnica, 150. godišnjica smrti, 2004. godine obilježena je vrlo skromno.

Je li Vatroslav Lisinski danas postao samo ime iz udžbenika i, relevantno za ovaj rad, ime/lik sa spomen-obilježja?

¹²²⁶ Pozivnica na otkrivanje spomen-ploče 24. ožujka 2007, dokumentacija autorice.

¹²²⁷ Tezu o Lisinskom kao glazbenom heroju predstavila sam u ranijim radovima (Nada BEZIĆ, Spomen i spomenici – likovi i imena muzičara na ulicama i trgovima Zagreba, u: *Instrumentiranje grada. Glazbe, gradovi politike*, [knjižica sažetaka], ur. Mojca Piškori – Ines Prica – Marija Živković, Zagreb: Hrvatsko etnološko društvo, 2008, 5–6i 2009a), kao i na znanstvenom skupu *Musicians and Monuments : Tracing Composers' Memorial Iconography Through the Ages/ Muzičari i spomenici: u potrazi za skladateljskom spomeničkom ikonografijom kroz povijest* u Beču 15.–17. travnja 2010. godine (referat *Winners and Losers : Musicians' Monuments in Zagreb / Pobjednici i gubitnici : spomenici glazbenicima u Zagrebu* je u tisku; vidi program skupa u Björn TAMMEN, *Musicians & Monuments, Oesterreichische Akademie der Wissenschaften*, 2010. <http://www.oeaw.ac.at/kmf/veranstaltungen/archiv/monuments.pdf>). U tom sam izlaganju postavila tezu da je u diskursu spomen-obilježja u Zagrebu Ivan Zajc bio »gubitnik« u odnosu na Lisinskog.

¹²²⁸ L. ŽUPANOVIĆ, *Stoljeća hrvatske glazbe*, 192.

¹²²⁹ U svojoj posljednjoj knjizi o Lisinskom, u uvodnom poglavlju *Kalendar zbivanja u životu i djelovanju Vatroslava Lisinskoga*, Županović je u popisu najvažnijih događaja nakon skladateljeve smrti uvrstio podizanje nadgrobnog spomenika 1863. i prijenos posmrtnih ostataka na Mirogoj, ali ne i kasnije spomen-ploče i biste (L. ŽUPANOVIĆ, *Vatroslav Lisinski (Zagreb, 1819. – Zagreb, 1854.)*. *Život i djelo. Uz 150. obljetnicu njegove smrti*, Zagreb: Graphis, 2003, 13).

Prema pisanju Nenada Turkalja, Zlatko Baloković »reflektirao« je na čast da nova koncertna dvorana (danas KDVL) bude imenovana po njemu. »Kada nije uspio, darovao je svoju dragocjenu staru violinu tadašnjoj Jugoslavenskoj, danas Hrvatskoj akademiji znanosti i umjetnosti, umjesto da po njegovoj prvotnoj zamisli bude izložena u predvorju Koncertne dvorane«. ¹²³⁰ Premda je ovaj citat na razini anegdotalnosti, i ne precizira je li Baloković mislio na postumno imenovanje dvorane (a umro je 1965, daleko prije njezina dovršetka) naveden je iz nekoliko razloga. Baloković je bio u svojem vremenu glazbenička zvijezda, uvažavan od svih: publike, struke i vlasti. Došao je u Zagreb s prijedlogom uobičajenijim u tadašnjem zapadnom svijetu, gdje privatna donacija otvara mogućnost dobitka nekog »spomena« poput imena zdanja, ali u tadašnjoj Jugoslaviji to nije bilo zamislivo. No, nešto ranije u svojem tekstu Turkalj piše kako je krajem 1969. dvorana »već dobila ime skladatelja Vatroslava Lisinskog«. ¹²³¹ Nijedna od knjiga o KDVL nema podatak o tome kada je točno odlučeno o njezinom imenu, ni tko je to odlučio, ali je jasno da se odluka poklopila s obilježavanjem Lisinskijevog jubileja 1969. godine.

Kao što se pokazalo, izbor imena za novu koncertnu dvoranu bio je izvrstan. Ujedno je to bilo jedno od prvih imenovanja javnih ustanova po osobama u Zagrebu, ako se izuzmu škole. ¹²³² Potez Ignaca Fuchsa kada je odlučio promijeniti svoje ime u Lisinski bio je mnogo dalekovidniji nego što je on to mogao pojmiti. Danas je mnogima prva asocijacija na ime Lisinski, uz školski podatak da je on autor prve hrvatske opere, zasigurno Dvorana *Lisinski*. Posljedice toga su dalekosežne i nepredvidive. Jedan primjer potječe s interneta: na besplatnom i umnogome nedovršenom programu *Google prevoditelj* (program za automatsko prevođenje na Googleu), ¹²³³ riječ »Lisinski« krajem 2011. godine prevodila se s »Hall«, dakle Dvorana, pisana velikim slovom. ¹²³⁴ U objašnjenjima programa navodi se da program prevodi uspoređujući postojeće resurse riječi i podataka. ¹²³⁵ U međuvremenu je pogreška ispravljena, no može se reći da je, gledajući internet kao cjelinu, *Vatroslav Lisinski postao samo ime*, jer Google u sedam prvih rezultata pretraživanja pojma »Lisinski« ima samo jedan koji se odnosi na samog skladatelja (Wikipedija) a ostali na dvoranu, hotel, film *Lisinski* i dvije glazbene škole. ¹²³⁶

Dodatak – o spomen-obilježjima glazbenicima izvan Zagreba

Postoje još dvije »spomeničke glazbene topografije« koje bi bile idealan nastavak ove o Zagrebu. Jedna je glazbena topografija Hrvatske, odnosno ostalih glazbenih centara, a druga je mnogo manje opsežna topografija spomen-obilježja hrvat-

¹²³⁰ Nenad TURKALJ, Tako je počelo, u: *Palača za novo stoljeće. 30 godina Koncertne dvorane Vatroslava Lisinskog*, ur. Marija Barbieri, Zagreb: Koncertna dvorana Vatroslava Lisinskog, 2004, 20.

¹²³¹ *Ibid.*

¹²³² Npr. kazalište u Frankopanskoj ulici nosi ime *Gavella* od 1970. godine.

¹²³³ ***, Google prevoditelj, <http://translate.google.hr/?hl=hr&tab=wT#>

¹²³⁴ Kao što je ime »Jelačić« prevodio kao trg, dakle »Square«, a akronim HNK »Theatre«.

¹²³⁵ Zahvaljujem Borisu Debiću iz ureda »Google translate« na objašnjenju kako funkcionira taj program.

¹²³⁶ Pretraživanje 16. rujna 2012.

skim glazbenicima u inozemstvu. Za prvu je dovoljno nekoliko primjera: spomen-ploče na rodnim kućama Franje Krežme (postavljena 1895. godine, vjerojatno jedna od najstarijih spomen-ploča muzičarima u Hrvatskoj)¹²³⁷ i Franje Kuhača (1912. godine) u Osijeku; spomenik Ivanu Zajcu ispred istoimenog Hrvatskog narodnog kazališta u Rijeci; poprsje Lovre Županovića, rad Josipa Poljana, na groblju u Šibeniku¹²³⁸ i dakako niz »glazbeničkih« skulptura po kojima je poznat grad Osor. K tome valja istaknuti pohvalan primjer grada Rijeke, koji na svojim internetskim stranicama¹²³⁹ pruža razne podatke o osobama prema kojima su imenovane ulice, među ostalim i nadasve dragocjen podatak o dataciji imenovanja.¹²⁴⁰

Priloga za »inozemnu« glazbenu topografiju je nekoliko:¹²⁴¹ po jedan spomenik, spomen-ploča i ulica. Najstariji je *poprsje* Vatroslava Lisinskog u Ljubljani, u Vegovoj ulici koju karakteriziraju upravo poprsja glazbenicima, postavljena ispred Glazbene škole i sjedišta Glazbene matice. Poprsje Lisinskog izradio je Lojze Dolinar,¹²⁴² vjerojatno prije 1934, jer je tada fotografija tog poprsja već bila objavljena na naslovnici četvrtog broja časopisa *Zvuk*. U Beču je zahvaljujući Društvu za promicanje hrvatske glazbe i Hrvatskom društvu skladatelja 2005. godine postavljena *spomen-ploča* s portretom Blagoja Berse na kući u kojoj je on živio i radio veći dio svog bečkog razdoblja.¹²⁴³ U izraelskoj najvećoj luci Ashdod krajem 2009. godine otvorena je *ulica* nazvana prema hrvatskom baritonu rođenom u Zagrebu, Ervinu Schlesingeru (1904–1965), koji je u Izraelu osnovao konzervatorij.¹²⁴⁴

Može se, naravno, reći da gornji primjeri nemaju preveliku važnost – Lisinski je samo jedan u nizu prilično unificiranih poprsja, u društvu sa slovenskim i srpskim skladateljima, postavljen u doba kada su sva tri naroda bila u jednoj državi; Bersina spomen-ploča ima u Beču veliku konkurenciju drugih spomen-obilježja, a ulica u Izraelu nazvana je prema glazbeniku za kojeg ne znaju u Zagrebu ni glazbeni stručnjaci, a kamoli šira javnost. Pa ipak, dragocjena su i hvalevrijedna nastojanja da se hrvatskim glazbenicima oda počast i u inozemstvu.

¹²³⁷ »Dne 2 rujna 1862 rodio se je u ovoj kući / hrvatski umjetnik na guslama / Franjo Krežma / preminuo dne 15 lipnja 1881 u Frankfurtu na Majni / neumrlom umjetniku na vječnu spomen / dne 1 rujna 1895«. O postavljanju te spomen-ploče piše opsežno Vladimir Fajdetic u svojoj knjizi o Krežmi (V. FAJDETIĆ, *Franjo Krežma (1862–1881). Hrvatski violinski virtuoz XIX stoljeća u svom i našem vremenu*, Osijek: Zajednica kulturnih djelatnosti, 1982, 109–112).

¹²³⁸ D. VUJČIĆ, *Poljan*.

¹²³⁹ ***, *Ulice grada Rijeke – porijeklo naziva, Grad Rijeka*. <http://ulice.rijeka.hr/Default.aspx>.

¹²⁴⁰ Npr. Ulica Ivana Zajca imenovana je 1952. godine, a raniji joj je naziv bio: Ulica P. I. Čajkovskog.

¹²⁴¹ Daljnja istraživanja morala bi uključiti spomen-obilježja hrvatskim glazbenicima koji su živjeli i djelovali u bivšim jugoslavenskim republikama, npr. Krešimir Baranović i Josip Štolcer Slavenski u Beogradu (Julie Anne SADIE – Stanley SADIE, *Calling on the composer. A guide to European composer houses and museums*, New Haven – London: Yale University Press, 2005, 345–346).

¹²⁴² Županović u monografiji o Lisinskom (L. ŽUPANOVIĆ, *Vatroslav Lisinski (1819–1854)*, 131) navodi krivo osobno ime kipara: France, a kao godinu nastanka 1937. Usp. članak o Dolinaru u *Enciklopediji Jugoslavije* (Mirko JUTERŠEK, Dolinar, Lojze, u: *Enciklopedija Jugoslavije*, sv. 3, Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod »Miroslav Krleža«, 1984, 513).

¹²⁴³ Davor MERKAŠ, Bersa opet u Beču, *Cantus*, (2005) 135/136, 67.

¹²⁴⁴ Dušan MIHALEK, Ulica nazvana po Ervinu Schlesingeru, hrvatskom glazbeniku, *Cantus*, (2009) 159/160, 14.

6. Zaključak

Glazbeni je Zagreb bio predmet mnogih istraživanja koja su se bavila nekim njegovim segmentom – određenim razdobljem, radom nekoga glazbenog društva ili glazbenom vrstom. Ovaj je pak rad nastojao iz dosadašnjih istraživanja preuzeti podatke o mjestima gdje je u Zagrebu glazba živjela, proširiti ih vlastitim istraživanjem o tim mjestima te strukturirati prikupljenu građu na pregledan i svrsishodan način. Na putu do ostvarenja tog zadatka pokazalo se da je potrebno naći prikladan termin koji obuhvaća zadanu temu, definirati ga i teorijski razraditi. Odabrala sam termin »glazbena topografija«, koji je u inozemnoj literaturi već dugo u uporabi, međutim ne primjenjuje se uvijek s istim značenjem. U Hrvatskoj je prvi put korišten, koliko mi je poznato, u jednom mojem radu objavljenom 2009. godine, a u ovom je radu prvi put temeljito obrazložen.

Prema definiciji danoj u uvodu, glazbena je topografija nekoga grada sveukupnost lokacija pojavnosti glazbe: mjesta na kojima se glazba *sluša* ili *izvodi*, mjesta na kojima se glazba *podučava*, mjesta koja omogućavaju *distribuciju* glazbe, notnog ili zvučnog zapisa i instrumenata te mjesta koja čuvaju *spomen* na glazbenike kroz spomen-obilježja.

Istraživanje glazbene topografije pridonosi našem osvješćivanju o *glazbenosti* nekoga grada, svaka nova lokacija povećava našu spoznaju o tome koliko je glazba na ovaj ili onaj način bila ili jest nazočna u svakodnevnom životu i u posebnim prigodama. Glazbena je topografija pojam blizak pojmu »glazbeni život« nekoga grada, pod kojim se često podrazumijevaju uglavnom izvedbe skladbi (koncerti i opere), a ponekad i poduka, jer su to osnovni vidovi u kojima glazba »živi«. Kako je pokazao ovaj rad, glazbena se topografija može uspješno izdvojiti od povijesti glazbenog života i samostalno razmatrati. Kada se pak glazbenoj topografiji doda i sadržaj glazbovanja na pojedinim lokacijama, dakle repertoar, kao i podaci o glazbenicima, recepciji i sl., dobije se cjelokupna slika glazbene kulture.

Glazbenoj topografiji posvećeno je uvodno poglavlje u kojem je izložen i pregledan grafički prikaz svega što ona obuhvaća (str. 35). Segmenti koji su navedeni u gornjoj definiciji zatim su i obrađeni: *mjesta izvedbe* u zatvorenim prostorima (koncertne dvorane i ostale dvorane u kojima su se održavali koncerti /od kojih su nadalje izdvojene crkve, sjedišta društava i ugostiteljski objekti/, kazališta) i na otvorenom, *mjesta poduke* (glazbene škole i privatna poduka), *mjesta distribucije* (tiskare nota, knjižare koje prodaju knjige o glazbi i note, glazbene knjižnice, radionice glazbalara i ugađači, tvornice gramofonskih ploča i CD-ova, koncertne agencije), *spomen-obilježja*

(spomenici i spomen-ploče, grobovi glazbenika na zagrebačkim grobljima, ulice imenovane prema glazbenicima). Neki su segmenti još slojevitije razrađeni, tako da je sveukupna glazbena topografija sastavljena od 31 pojedinačnog tipa lokacija, ne računavši svu raznolikost lokacija na otvorenom (vidi grafički prikaz 1). Svaki od navedenih segmenata dijeli se na specifičan način: mjesta muziciranja prema kriteriju dostupnosti javnosti na javno i privatno, mjesta poduke prema vlasništvu na državna, crkvena i privatna, a spomen-obilježja dvojako: u samom radu su predstavljena prema ovdje opisanoj podjeli, a u grafičkom prikazu prema načinu na koji se čuva spomen na nekog glazbenika ili događaj tj. na tekst, sliku, prostor, predmet i ime. Kao i kod svih shematizacija, ispostavilo se da se ne mogu sve lokacije jednoznačno svrstati u zadane segmente glazbene topografije, pa se zato u skupini »ostalo« nalaze znanstvene institucije. Izvan granica glazbene topografije su zvona, gradski bubnjari i drugi gradski zvukovi koji ulaze u područje zvučnog krajolika.

Model glazbene topografije predstavljen u ovom radu obuhvatio je sve tipove lokacija povezanih s glazbom koji su se u Zagrebu pojavili tijekom protekla dva stoljeća (točnije od prve dokumentirane izvedbe opere 1799. do današnjih dana, tj. 2010. godine), pa je pretpostavka da će moći poslužiti kao model za istraživanje glazbene topografije sličnih hrvatskih, pa i europskih gradova. Doduše, osnovne su glazbene lokacije mjesta izvedbe, prije svega namjenski građene koncertne dvorane i kazališta, a to su tipovi lokacija koji u manjim mjestima nedostaju, pa je glazbena topografija tih mjesta sazdana od ostalih adaptiranih prostora muziciranja (uglavnom crkava i višenamjenskih dvorana u npr. domovima kulture i školama). U slučaju da se istraživanje glazbene topografije proširi i na druge vrste glazbe, koje nisu obuhvaćene ovim radom, a to su jazz, zabavna i folklorna, model bi se, vjerojatno, tek neznatno izmijenio – primjerice, dodali bi se klubovi, stadioni i sportske dvorane kao specifična mjesta muziciranja. K tomu, neko bi se novo istraživanje moglo baviti virtualnim glazbenim lokacijama tj. glazbenom topografijom Zagreba na internetu, gdje bi se proučavale početne stranice ponajprije koncertnih dvorana i kazališta, ali i izbor raznolikih radova o glazbenom Zagrebu.

Nakon uvodnog dijela, a kao stanovit nastavak pregleda stanja istraživanja, glazbena je topografija promatrana u kontekstu prikaza opće povijesti Zagreba i povijesti glazbenog Zagreba u enciklopedijskim člancima. U oba su slučaja rezultati pokazali malen udio glazbenih lokacija u takvim pregledima. Time se potvrdilo da je važnije znati *koji* se glazbeni događaj u gradu dogodio, eventualno i *tko* ga je izveo, nego *gdje* je to točno bilo.

Najveći dio ovog rada čine prikazi dvaju važnih segmenata glazbene topografije Zagreba, a to su prostori muziciranja i spomen-obilježja, od kojih svaki ima i opsežan zaključak. Rezultati istraživanja brojkama se mogu predočiti jedino u diskursu spomen-obilježja: 20 spomen-ploča i 31 spomenik u čast 30 osoba s područja glazbe i 97 ulica/trgova imenovanih prema 87 glazbenika i glazbenih pisaca (vidi popise u prilogu 5 i 9). Kod prostora muziciranja mogu se pobrojati samo kazališta u kojima su se izvodila glazbeno-scenska djela (šest kazališta) i dvije namjenski građene koncertne dvorane (HGZ i Koncertna dvorana *Vatroslav Lisinski*). Ostale brojke posljedica su mojeg izbora – 12 prikazanih koncertnih prostora, šest glazbenih paviljona, 241 grobova glazbenika i glazbenih pisaca na Mirogoju.

Na implicitno pitanje glazbene topografije: »Gdje je glazbeni Zagreb?« pokušalo se odgovoriti na dva osnovna načina: popisima lokacija (prema vrsti lokacije; prema predjelu grada, npr. Gornji grad; prema imenima osoba kojima je posvećeno spomen-obilježje) i razmatranju smještaja lokacija u kontekstu središte – periferija (što se na neki način može kod Mirogoja postaviti kao odnos arkade – ostala polja), pojedinačno – skupina (glazbeničke četvrti grada, biste u HNK). Mreža glazbenih lokacija povezivala je ustanove/društva, ali postojala je i mreža osoba koje su svoje djelovanje rasprostrle diljem glazbenih lokacija grada, pri čemu treba naglasiti da to nisu bili samo muzičari nego npr. i graditelji/arhitekti.

U radu se nastojalo odati priznanje autorima glazbenih zdanja, tako i umjetnicima koji su izradili spomen-obilježja (vidi popis autora u prilogu 11). I dok je opće poznata činjenica da je austro-ugarski dvojac Helmer i Fellner sagradio današnji HNK, graditelj prvoga kazališta na Markovom trgu, mladi Antun Cragolini, jedva da se negdje spominje, za razliku od notorne činjenice da je zgrada podignuta novcem od lutrije. Postoji i treća kategorija zaslužnih osoba, a to su voditelji samih ustanova. Tako se može reći da je dvorana *Lisinski* životno djelo Ive Vuljevića, kojemu su se djelatnici Dvorane odužili postavljanjem spomen-reljefa.

Zagreb se preko glazbenih lokacija pokazao kao europski grad, između ostalog i zahvaljujući (makar ponekad pomodnim) imenima lokacija, imenovanjem ulica prema europskim skladateljima, kazalištem iz radionice Helmer i Fellner, ali ponajviše vrhunskim standardom kojim dvorana *Lisinski* zadovoljava kao koncertni prostor. Dakako da je Dvorana kruna svih nastojanja oko koncertnih prostora u Zagrebu, to više što je ona ujedno i jedini takav prostor otvoren uistinu svim vrstama glazbe: ozbiljnoj, jazz, popularnoj i folklornoj.

Povijesni diskurs na neki je način bio prisutan u svim poglavljima, bilo kroz kronološki prikaz sadržaja bilo eksplicitno u tablicama, ali cilj nije bio pisanje *povijesti* segmenata glazbene topografije. Svaki je novi prostor dao zamah glazbenom životu, no širenje i rast grada nije u istoj mjeri pratio i porast broja glazbenih lokacija. Štoviše, ukupni današnji prostor za glazbeno-scenska djela otprilike je isti kao i onaj međuratni. Za odgovor na pitanje u kojem je razdoblju unutar razmatrana dva stoljeća Zagreb bio *najglazbeniji* bit će potrebno prostorima muziciranja i spomen-obilježjima dodati i podatke o ostalim segmentima glazbene topografije i usporediti ih s brojem stanovništva.

Što donose rezultati istraživanja glazbenih lokacija? Prije svega, ako znamo o kojim je glazbenim lokacijama riječ, ako smo se bavili njihovom prošlošću i zapisali kakva je njihova sadašnjost, morali bismo ubuduće nastojati obilježiti ih, očuvati, obnoviti i znati cijiniti. Jer glazbena su mjesta kao i svi drugi aspekti živoga gradskog organizma podložna promjenama, nestajanjima i uništavanjima, ali, premda je više puta u radu naglašavano kako je šteta što je uništeno npr. Stankovićevo kazalište, treba priznati da je Zagreb ipak uglavnom (sa)čuvao svoje glazbene lokacije.

Proučavanjem povijesti neke dvorane možemo bolje shvatiti zašto je odabran određeni program za glazbenu priredbu u njoj te pretpostaviti kojoj je publici bio namijenjen. Podaci o lokacijama kazuju i koliko je stanovnika grada moglo pohađati glazbene priredbe (premda je broj mjesta u nekom prostoru varirao u pojedinim razdobljima, već prema promjenama u broju stolaca ili njihovom rasporedu). Povi-

jest glazbenih lokacija ukazuje na to kako je velik dio glazbenog života Zagreba sve do Drugog svjetskog rata bio u rukama amatera, prije svega zahvaljujući dvama najznačajnijim glazbenim društvima, HGZ-u i »Kolu«.

Ne smije se zanemariti ni praktična strana istraživanja, pogotovo za one koji će, nadam se, jednom pokrenuti inicijativu za postavljanje spomen-ploča, npr. na kući u kojoj je živio Georg Karl Wisner von Morgenstern ili za imenovanje neke ulice njegovim imenom. Možda zvuči idealistično, ali ne bi li poznavanje povijesti određenih glazbenih lokacija nešto značilo i njihovim današnjim korisnicima, npr. studentima u zgradi Akademije dramskih umjetnosti, koji vjerojatno nikada nisu pročitali imena skladatelja na pročelju njihove zgrade, nekadašnjeg sjedišta »Kola«.

Glazbena je topografija nužno povezana s pitanjima identiteta. Spomen-obilježja su nosioci promocije nacionalnog identiteta, a isto su tako dio vizualnog identiteta grada Zagreba, pogotovo, sudeći po zastupljenosti u literaturi, spomenik Vlaha Paljetku i glazbeni paviljon na Zrinjvcu. U sveukupnom kulturnom identitetu Zagreba svoje mjesto imaju ključni prostori muziciranja: dvorana *Lisinski*, HNK i HGZ. Prepoznatljivost *Lisinskog* kao važne lokacije u kulturnom životu grada ogleđa se i u spretno smišljenoj tradiciji proslave Dana dvorane, omiljenoj u pučanstvu – *njihova* palača otvara im jednom godišnje vrata u besplatni svijet raznolike glazbe. Zgrada HNK ima još veće značenje; može se reći da je jedan od prepoznatljivih nacionalnih simbola, naravno ne samo zbog *glazbe* nego možda i više zbog *riječi* koja se u njoj čuje. I ako se ostvari inicijativa da se Trg maršala Tita preimenuje u Kazališni trg, bit će to prvo imenovanje nekog trga prema glazbenoj (doduše ne samo glazbenoj) lokaciji u Zagrebu. U glazbenoj topografiji Zagreba HGZ ima specifično mjesto. Jedan od razloga je i to da se ne radi samo o prostoru, nego i o društvu koje mu je vlasnik, baš kao što je *Gesellschaft der Musikfreunde* u Beču vlasnik slavne zgrade poznate kao *Musikverein*. Usprkos svim drugim aktivnostima, za javnost je HGZ samo – prostor, a i sam HGZ to podupire u vizualnoj opremi svojih publikacija, logotipu i internetskoj stranici. Zgrada HGZ-a svakako zaslužuje da joj se posveti zasebna monografija, koja bi se nadovezala na one o povijesti njegove aktivnosti.

Istraživanje nije pokazalo da su glazbene lokacije izravno povezane s glazbenom produkcijom. Istina je da je širi prostor u današnjem HNK-u omogućio i povećanje opernog orkestra, ali koračnica stanovitog kapelnika Schinzla *Na Zrinjvcu* nastala bi vjerojatno i da nije bilo otvorenja Pristerova glazbenog paviljona. Upravo je rad glazbenih ustanova i ansambala u neadekvatnim prostornim uvjetima, poput maloga kazališta »Komedijska«, karakterističan za Zagreb, jer je usprkos skućenom prostoru u »Komediji« nastala vrlo uspješna zagrebačka škola mjuzikla.

Jedan od osnovnih zadataka cijele glazbene topografije jest spomen. Nastoji se sačuvati spomen na mjesta, ako već ne spomen-obilježjem ili imenom, onda sjećanjem na to da je neki prostor služio glazbi. Nakon ovoga rada smatram svojom obvezom obratiti se nekim institucijama s argumentima o potrebi očuvanja spomen-obilježja: Operi HNK da omogući povratak spomen-ploče Nikoli Falleru na kuću u Mletačkoj ulici i Hrvatskom društvu skladatelja da ponovno postavi natpis na spomenik Vlaha Paljetku. Borbu protiv vandala, autora grafita u podnožju spomenika Frani Lhotki u Prečkom, moraju voditi gradske vlasti, a upisivanje imena

pokojnih glazbenika na njihove grobove i dalje će biti prepušteno nasljednicima, premda neki na taj način nužno padaju u zaborav.

Počast i slava mogu se nekom glazbeniku iskazati i drukčije, a ne samo imenovanjem ulice. No, moglo bi se reći da je Međunarodno violinističko natjecanje »Vaclav Huml« učinilo neusporedivo više za samog Humla nego davanje njegova imena ulici i stubama u Podsusedu.

Politika se veže uz glazbenu topografiju prije svega na području spomen-obilježja. Konačno, svakoj je vlasti ipak bilo, barem deklarativno, u interesu da Zagreb bude grad kulture. Ali politički je vrh odlučivao i o tome gdje će se graditi HNK, zašto će se raspustiti društvo »Kolo« i nacionalizirati njegova zgrada, kada će biti dovršena dvorana *Lisinski*. Ponašanje građana, okupljenih u glazbenim društvima ili kao pojedinaca, možda se u odnosu na to čini gotovo nevažnim ali ipak zamjetnim: članovi »Kola« uporno su pjevali na grobu srpanjskih žrtava usprkos zabranama, nepoznati »popravljач« natpisa na postolju biste Varoslava Lisinskog, »začetnika...glazbe« nije posustajao, a ponovno vraćanje spomen-ploče Franji Josipu I. na stubištu HGZ-a postalo je paradigma za vjetrovite povijesne tokove u nas.

U igri povijesnih okolnosti i politike posthumno je veliku ulogu dobio Vatroslav Lisinski, pa ako se za Zagreb može reći da je glazbeni organizam, njegovo je srce Lisinski. Kako je dokazano u ovom radu, Lisinski je dugo, može se reći već od prve njegove velike obljetnice 1919. godine, »glazbeni junak« Zagreba, doduše uz jednu (ispravljenu) mrlju, a to je privremeno preimenovanje njegove ulice na Gornjem gradu 1933. godine. Lisinski prednjači u liku i tekstu brojem spomen-obilježja, imenima javnih prostora (slijede ga s istim brojem spomen-obilježja Ivan Zajc i Blagoje Bersa), pa čak i u glazbi koja se bira kada se otvaraju nove glazbene lokacije. Ali isto je tako realno postaviti pitanje je li Lisinski postao istodobno i žrtva nametnute mu uloge junaka, hoće li njegovo ime u dogledno vrijeme postati (samo) sinonim za dvoranu.

Gotovo se može reći da se pri istraživanju glazbene topografije radi o svojevrsnoj borbi za udio glazbe u našoj općoj slici o Zagrebu; ali ne s nastojanjem da se od Zagreba po svaku cijenu načini »grad glazbe«, premda je on to povremeno bio, npr. u doba nekih Muzičkih biennala ili kada je Hrvatsko pjevačko društvo »Kolo« imalo svoja slavlja diljem grada. Uspješan ishod te »borbe« podrazumijeva i mogućnosti ukazivanja vodećim strukturama Grada na potrebu financiranja održavanja i obnove glazbenih lokacija.

Nakon ovog rada predstoji još mnogo neistraženih segmenata glazbene topografije Zagreba. Trebat će detaljno istražiti ostale dijelove (poduka i distribucija te privatno muziciranje), a neke od ovdje prikazanih proširiti (prije svega preostalim koncertnim prostorima). Bilo bi dobro kada bi se premostile granice između raznih vrsta glazbe, te se uključili i prostori jazza, zabavne i folklorne glazbe. Potom će, barem u nekim segmentima, biti moguća usporedba s ostalim gradovima Hrvatske i šire regije.

I na kraju, ne mogu odoliti razmišljanju o tome da mrežu glazbenih lokacija nadogradim mrežom osoba povezanih s glazbom (zorno predočeno slikom kako su unuk Ferde Livadića i otac Dragana Plamenca, članovi ravnateljstva HGZ-a, zajedno svirali valcere na jednom koncertu), pa bih tako ovoj svojevrsnoj glazbenoj karti grada i spomen-karti glazbenog Mirogoja dodala rodoslovno stablo Zagreba.

Literatura

Literaturverzeichnis

Primarna literatura

Primärliteratur

- a) Bezić, Nada (2012): *GLAZBENA TOPOGRAFIJA ZAGREBA OD 1799. DO 2010.* Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo. str. 218-233.
- b) Grüner, Herbert; Kleine, Helene; Puchta, Dieter; Schulze, Klaus-P. (2009): *Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft. Ein Handbuch.* Bielefeld: transcript Verlag. S.23-37.

Sekundarna literatura

Sekundärliteratur

a) Rječnici

Wörterbücher

- Anić, Vladimir (2007): *Rječnik hrvatskog jezika.* Zagreb: Novi Liber.
- Duden (2003) *Deutsches Universalwörterbuch.* Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG.
- Hansen-Kokoruš, Renata; Matešić, Josip; Pečur-Medinger, Zrinka; Znika, Marija (2005): *Njemačko-hrvatski univerzalni rječnik.* Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- Jakić, Blanka; Hum, Antun (2004): *Hrvatsko-njemački rječnik.* Zagreb: Školska knjiga.
- Kljaić, Jasenka (1998): *Njemačko-hrvatski rječnik.* Zagreb: Školska knjiga.
- Rodek, Snježana (2004): *Hrvatsko-njemački poslovni rječnik.* Zagreb: Masmedia.
- Rodek, Snježana; Kosanović, Jasenka (2004): *Njemačko-hrvatski poslovni rječnik.* Zagreb: Masmedia.

b) Knjige

Bücher

- Eco, Umberto (2006): *Otprilike isto. Iskustva prevođenja*. Zagreb: Algoritam.
- Howkins, John (2001): *KREATIVNA EKONOMIJA. Kako ljudi zarađuju na idejama*. Zagreb: BONIZA PRESS.
- Nußbaumer, Martina (2007): *MUSIKSTADT WIEN. Die Konstruktion eines Images*. Freiburg im Breisgau: Rombach Verlag KG.
- Švob-Đokić, Nada; Primorac, Jaka; Jurlin, Krešimir (2008): *KULTURA ZABORAVA. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

c) Pravopisi i gramatike

Rechtschreibbücher und Grammatiken

- Badurina, Lada; Marković, Ivan; Mićanović, Krešimir (2008): *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Barić, Lončarić Malić, Pavešić, Peti, Zečević, Znika (2005): *Hrvatska gramatika*. Zagreb: Školska knjiga.
- Opačić, Nives (2009): *Reci mi to KRATKO I JASNO. HRVATSKI ZA NORMALNE LJUDE*. Zagreb: Novi Liber.
- Silić, Josip; Pranjković, Ivo (2007): *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*. Zagreb: Školska knjiga.

d) Elektronički izvori

Elektronische Quellen

- Brockhaus Enzyklopädie: *Brockhaus Multimedial 2000 Premium* (2000). Mannheim: Bibliographisches Institut
- <http://hjp.novi-liber.hr> (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- <http://riznica.ihjj.hr/philologic/Cijeli.whizbang.form.hr.html> (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- <http://www.hgz.hr> (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- <http://www.hnk.hr> (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- <http://www.zagreb.hr/default.aspx?id=1182> (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)

- *Mayers Großes Konversations-Lexikon 1905-1909* (2005). CD-ROM für Windows. Berlin: Directmedia Publishing.
- www.gruendungsnetz.brandenburg.de (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- www.innovationen-brauchen-mut.de (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- www.lasa-brandenburg.de (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- www.mediaexist.com (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- www.schiffbauergasse.de/innopunkt (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)
- www.zab-brandenburg.de (zuletzt eingesehen am 10. Mai 2014)