

das tor

düsseldorfer
jonges 

Heft 06 | 2019 | 85. Jahrgang

Jetzt 3.050 Mitglieder | Friedhelm Funkel zu Gast | Fröhliches Eierkippen

KAISER

PFALZ

FRISCHE IDEEN FÜR EINE ALTE BURG

Postfach 10 40196 Düsseldorf
6711 Pflanz, Dusseldorf Post, A.O., Eingetrag. bezahl.
10193#0619 000078

Manfred Hill
Kempnerweg 12
40699 Erkrath



Geschichtsbuch mit Service

Wenn der "Städtische Musikverein zu Düsseldorf" 200 Jahre alt wird und aus diesem Anlass ein opulentes Buch herausgibt, muss man mit viel Rückblick und Geschichte rechnen. Für 29,80 Euro erhält man im Handel aber das nicht allein. Neudeutsch gesagt: Die Buch gewordene Festschrift kommt mit reichlich Service daher. Es wirbt um Nachwuchs.

Chöre haben es (auch) am Niederrhein schwer. Viele sind zu alt und ausgezehrt. In den Kohleregionen verabschieden sich traditionsbewusste Knappenchöre auf Nimmerwiederssehen. Dagegen steht aber eine namentlich vom WDR betriebene Gegenbewegung. Die Suche nach dem besten Chor in NRW offenbart ungeahnte Lebensfreude auch und vor allem auf dem Lande. Der Slogan „Singen macht Spaß“ produziert schöne Bilder und schöne Töne.

Vom Spaß ist auch in der Festschrift mehrfach die Rede. Die Unternehmung „Singpause“, übrigens von den Jonges lebhaft unterstützt, hat sich zu einem wahren Pfund entwickelt. Was man immer schon geahnt hatte, davon geben heute viele Pädagogen Zeugnisse: Das gemeinsame Singen räumt in der Schule in den Köpfen von Kindern auf, erhöht Lernfreude und Konzentration und macht kreativ.

Die bewegte, von großen Namen geprägte Geschichte (Robert Schumann, Felix Mendelssohn-Bartholdy) dieses Chores, ein Aushängeschild der Musikstadt Düsseldorf, kommt in diesem Buch leicht lesbar daher. Texte sind partiell sorgsamer bearbeitet als Bilder. Lesbar – will sagen: das Buch enthält sehr unterschiedliche Sichtweisen auf den Chor, dem „Semiprofessionalität“ bescheinigt wird. Eine schöne Untertrei-

bung. Man merkt das „Semi“ selbst dann nicht, wenn tragende Werke der Musikkultur in Angriff genommen werden.

Zum Kapitel Service gehört auch die Auflistung von Sponsoren, für die der untriebige Chef des Ganzen, Manfred Hill, ein gutes Händchen hat. Die Liste offenbart, dass dieser Chor breit getragen wird. Das ist sein Werbeprospekt.

