

# Blick in sensible Künstler-Seelen

Die Seelscheiderin Dr. Silvia Merk ist PR-Agentin für klassische Musiker

Von ANNETTE SCHROEDER

Cello hat sie als Kind gespielt – „talentfrei“, wie Dr. Silvia Merk trocken bemerkt. Was man der Seelscheiderin indes nicht abnimmt, zeigt die Fachfrau für Musik-PR nicht nur ein profundes Verständnis für Musik, sondern weiß sich auch in sensible Künstlerseelen einzufühlen. Beides ist notwendig – und noch vieles mehr –, um Public Relations zu betreiben.

„Von den Verhandlungen mit Veranstaltern bis zum Schreiben eigener Texte“ reicht die Skala. Die 57-Jährige ist dabei, wenn die von ihr betreute Geigerin Ariadne Daskalakis zum Fotoshooting antritt und aus 100 Bildern das eine, passende ausgewählt werden muss. Und sie klebt auch selbst Plakate, wenn es gilt, für einen aufstrebenden Gitarristen wie Andres Villamil zu werben. „PR ist keine Propaganda, mit der man die Menschen manipuliert, und sie ist auch mehr als eine flankierende Maßnahme zum Verkauf von Konzertkarten“, erläutert die Expertin, die das Fach auch an der Westdeutschen Akademie für Kommunikation lehrt. „Es geht um die Vermittlung von Musik, die immer wichtiger wird, seitdem man klassische Bildung nicht mehr voraussetzen kann.“

Dazu gehören Gesprächskonzerte, wie sie das von ihr betreute Kölner Kammerorchester anbieten. Oder auch Grenzgänge, wie sie das Frauen-Gesangsensemble Belcanto praktiziert. Dessen Leiterin Dietburg Spohr ist wie Dr. Silvia Merk im Vorstand des



Die Vermittlung von klassischer Musik wird immer wichtiger, meint Dr. Silvia Merk, die ihr Büro in Neunkirchen-Seelscheid hat. (Foto: Bröhl)

Frankfurter Archiv „Frau und Musik“, das Komponistinnen und Dirigentinnen stärker in den Blick rücken will. „Dass auch Frauen gute Musik machen, hat sich bei manchen Veranstaltern noch nicht herumgesprochen“, so Silvia Merk, die selbst eine Bastion geschleift hat: Als erste Frau war sie Pressesprecherin bei

der „Großen Kölner“. Dabei ist die leidenschaftliche Karnevalistin – die in Köln auch die „Willi Ostermann Story“ managt – ein „Imi“: als Kind eingewandert aus dem bayerischen Traunstein, wo die Eltern eine Konditorei besaßen. „Ich konnte kein Wort Kölsch, das hat mir eine Lehrerin beigebracht, die Schwester von

Heinrich Böll.“ Nach dem Abitur zog es sie als Au-pair-Mädchen nach Rom. „Ich wäre am liebsten dageblieben. Doch als ich nach neun Monaten wieder am Kölner Hauptbahnhof stand, wurde mir klar, dass Köln eine römische Stadt ist. Und dann bin ich sofort zum Verkehrsamt marschiert und habe mich als Touristenführe-

rin beworben.“ So verdiente sie das Geld fürs Studium der Volkswirtschaft – und für den Aufenthalt in Mailand, als es galt, ein heißes Thema zu recherchieren: die Schattenwirtschaft in Italien. „Mit meinen Recherchen für die Dissertation konnte ich dazu beitragen, einen Fall von Steuerhinterziehung aufzuklären“, erzählt Dr. Merk. Doch von Italien hat sie umgekehrt gelernt, was sie als „L'arte dell'arrangiarsi“ bezeichnet: „die Kunst sich zu arrangieren und hinzunehmen, dass nicht alles planbar ist“, was ihr auch als Pressesprecherin bei Henkel und Reynolds Tobacco geholfen hat.

In den Unternehmen kümmerte sie sich auch um Kultursponsorin – und fing Feuer. Das erste Musikereignis, das Merk als selbständige PR-Beraterin betreute, waren Konzerte des jungen Dirigenten Gustavo Dudamel mit seinem venezolanischen Jugendorchester. „Das hatte Suchtcharakter.“ Auch wenn der Konzertmarkt heiß umkämpft ist, empfindet sie ihren Job als beglückend. Hat sie doch entscheidenden Anteil am Künstler-Image. Das schält sich oft erst nach langen Gesprächen heraus, denn „manche Musiker haben nur eine vage Vorstellung von sich selbst und wie sie wirken“.

Ist der Applaus dann verklungen, erlebt Dr. Silvia Merk ihre Klienten oft von einer anderen Seite: „Diese Weichheit und Erschöpfung hat etwas sehr Berührendes. Oft geht es darum, wieder Boden unter den Füßen zu gewinnen. Auch dabei helfe ich.“