

A close-up portrait of a man with a thick, dark mustache and wavy, graying hair. He is wearing a dark gray suit jacket over a matching vest, a white collared shirt, and a dark red necktie. He has a serious expression and is looking directly at the camera. The background is a plain, light-colored wall.

# Opera Meets New Media

*Puccini, Ricordi und der Aufstieg  
der modernen Unterhaltungsindustrie*

# Inhalt

---

1.	Puccini und Ricordi: Chancen und Herausforderungen neuer Medien im 20. Jahrhundert - <i>Gabriele Dotto</i>	14
2.	Schallplatten und Musikverlage: ein schwieriges Nebeneinander - <i>Mario Chiodetti</i>	26
	Visual Essay: 78er-Schallplatten	36
3.	Explosion der Bilder - <i>Christy Thomas Adams</i>	44
4.	Die „Biblioteca cinema“ der Casa Ricordi <i>Maurizio Corbella und Francesco Finocchiaro</i>	62
5.	Neue Opern, neue Welten: Puccini und Amerika <i>Ditlev Rindom</i>	68
6.	Branding Puccini: Wie eine Marke entsteht - <i>Ellen Lockhart</i>	76
7.	Eine neue Realität: der technologische Wandel stellt den Status quo des Rechtemanagements in Frage - <i>Gabriele Dotto</i>	90
8.	„Avalon“ und „Cho-Cho-San“: Der Rechtsstreit zwischen Puccini und der Casa Ricordi im Jahr 1923 - <i>Niccolò Galliano</i>	98
9.	<i>Turandot</i> und die große Operntradition - <i>Roger Parker</i>	104
	Visual Essay: Puccinis Skizzen für das Finale von <i>Turandot</i>	120
10.	Puccinis Vermächtnis im Archivio Storico Ricordi <i>Maria Pia Ferraris</i>	130
	Beitragende	142
	Anmerkungen und Literaturnachweise	146
	Bildnachweise	150
	Titelbild	152

1.

# Puccini und \_\_\_\_\_ Ricordi

*Chancen und  
Herausforderungen  
neuer Medien im  
20. Jahrhundert*

**Gabriele Dotto**

02

Puccini in seinem Haus in  
Torre del Lago mit Giulio Ricordi





Am Wechsel vom 19. zum 20. Jahrhundert, im Jahr nach der Premiere von *Tosca*, hatte Giacomo Puccini von Giuseppe Verdi den Rang des berühmtesten lebenden Komponisten italienischer Opern übernommen. Der legendäre Verdi war in den ersten Monaten des neuen Jahrhunderts verstorben – ein Zufall, der beinahe wie ein dramaturgisch gesetzter Effekt einer Oper wirkt. Würde es sich nicht um eine historische Tatsache handeln, könnte man auch diesen weiteren bemerkenswerten Zufall für inszeniert halten: Verdis letztes Opernmeisterwerk, *Falstaff*, und Puccinis erster großer Erfolg, *Manon Lescaut*, feierten im Abstand von nur wenigen Wochen Premiere. Es war, als ob die Geschichte selbst die Übergabe des Zepters von einem „König der Oper“ zum nächsten auf besondere Weise hervorheben wollte.

Diese Fin-de-siècle-Konstellation ist für Puccinis Karriere bedeutsam: Selten in der Musikgeschichte hat ein Künstler zwei derart unterschiedliche Perioden so erfolgreich durchlebt – im Falle Puccinis von den „Gay Nineties“ [heitere Neunziger] über die „Tumultuous Teens“ [turbulente Zehnerjahre] bis hin zu den „Roaring Twenties“; vom Stil des Art nouveau zu den Anfängen des Art déco; vom Ausgang der Belle Époque mit ihren Pferdekutschen zum Zeitalter der Luftfahrt und der Massenproduktion des Automobils. Und natürlich von der Zeit ausschließlich live und physisch erlebbarer Darbietungen zum Aufstieg neuer Technologien (Tonaufnahmen, Kino und später Radio), die die traditionsgebundene Welt der Musik und des Theaters grundlegend veränderten.

Nachdem er sich als Komponist etabliert hatte, sollte sich Puccinis Musik in beiden, so verschiedenen Perioden als erfolgreich erweisen; sie überlebte gar die Experimente der Avantgardemusik des frühen 20. Jahrhunderts. Tatsächlich verfolgte Puccini diese musikalischen Entwicklungen sehr aufmerksam. Er hielt sich über neue Ansätze wie von Richard Strauss' *Salome* bis hin zu Arnold Schönbergs *Pierrot lunaire* auf dem Laufenden. Obwohl diese neue musikalische Sprache für sein eigenes künstlerisches Schaffen zu weit entfernt lag, stand er diesen Neuerungen aufgeschlossen gegenüber. Sein eigenes Werk fand wiederum das Lob zahlreicher Kollegen: Strawinsky, Ravel und Schönberg – für den Puccinis Werk dasjenige Verdis übertraf – brachten ihre Bewunderung zum Ausdruck. Und die nuancierten Änderungen in der Musik seiner reifen Phase blieben auch von zeitgenössischen Musikkritikern keineswegs unbemerkt: Ein deutscher Journalist schrieb nach der Premiere von *Turandot*: „Puccini hat hier sicherlich auch die raffinierteste Musik seines Lebenswerkes geschrieben – sie reicht von Strauss zu Strawinsky über Mahler und Schönberg. Er kannte alles, wußte alles und konnte ungeheuer viel, besonders in der *Turandot*.“<sup>1</sup>

Insgesamt blieb Puccini seinen Idealen zu Musik und Theater treu und wurde für seine Stringenz belohnt. Das bedeutet nicht, dass sich seine musikalische Sprache nicht weiterentwickelt hätte: *La fanciulla del West* (1910), *Suor Angelica* (1918) und die posthum aufgeführte Oper *Turandot* enthalten Momente von überraschend harmonischer Modernität, und für die ausführlicher komponierten Stücke schuf er eine meisterhaft dichte Orchestrierung. Selbst als die Harmonien seiner Opern des 20. Jahrhunderts zunehmend komplizierter wurden, entfernte sich Puccini nur geringfügig von der chromatischen Vielschichtigkeit am Ende der Romantik. In Verbindung mit seiner einzigartigen stimmlichen Vielfalt und den unvergesslichen Melodien – sie folgten der Tradition der italienischen Operngiganten vor ihm, wie Rossini, Donizetti, Bellini und Verdi – lag darin ein wesentlicher Grund für seinen riesigen Erfolg. Als er *Fanciulla* das erste Mal hörte, beschrieb Anton Webern, ein Komponist moderner Musik, sie seinem Lehrer Schönberg als „eine Partitur von durchaus

originellem Klang. Prachtvoll. Jeder Takt überraschend. Ganz besondere Klänge. Keine Spur von Kitsch.“<sup>2</sup> Und der Historiker Julian Budden bemerkt: „Kein Komponist kommunizierte so direkt mit seinem Publikum wie Puccini.“<sup>3</sup>

Puccinis wichtigster Verleger, die Casa Ricordi, zählte in jener Zeit zu den aktivsten Musikverlagen. Und das nicht nur im Bereich Musik: Mit der berühmten Werbeabteilung und dem Druckereibetrieb wurde er in ganz Europa für seine vielfach bewunderte Plakatkunst und einflussreichen Grafiken bekannt. Anfang des 20. Jahrhunderts hatte das Unternehmen gerade die wirtschaftliche Flaute (in Italien und weltweit) der frühen 1890er-Jahre hinter sich. Puccinis Aufstieg – von der vielgelobten Oper *Manon* über *La Bohème* bis hin zu *Tosca*, am Ende des 19. Jahrhunderts – fiel in einen günstigen Zeitraum. Mit dem neuen Jahrhundert und dem einsetzenden wirtschaftlichen Aufschwung erlebte Ricordi ein Wachstum, das es dem Verleger erlaubte, 1908 den Bau einer beeindruckend großen Produktionsanlage in Angriff zu nehmen und 1910 ein mehrgeschossiges Gebäude nahe der Mailänder Galleria als Firmensitz zu erwerben.

Wie bereits erwähnt, erstreckte sich Puccinis Karriere über zwei unterschiedliche Ären. Kurioserweise sind seine zehn Opern chronologisch (und metaphorisch) auf beide gleich verteilt: Fünf entstanden im 19. Jahrhundert (*Le Villi*, *Edgar*, *Manon Lescaut*, *La Bohème*, *Tosca*), fünf im 20. Jahrhundert (*Madama Butterfly*, *La fanciulla del West*, *La rondine*, *Il trittico*,<sup>4</sup> *Turandot*). Im zweiten Teil dieser Karriere stellten jedoch technologische Neuerungen die etablierte Ordnung auf den Kopf. Sie eröffneten neue Absatzmärkte – das Opernrepertoire erreichte dadurch ein breiteres und weitaus größeres Publikum – und waren zugleich mit großen Herausforderungen (im Bereich der Einnahmen und des Rechtemanagements) verbunden.

Wie den meisten Komponisten war auch Puccini kein unmittelbarer Erfolg beschieden. Doch in seinem Fall war das Glück auf seiner Seite. Wäre da nicht sein Verleger Giulio Ricordi gewesen, der den jungen Komponisten selbst entgegen der Skepsis des eigenen Vorstands entschlossen unterstützte, hätte sein Aufstieg bei Ricordi (wenn nicht seine gesamte Karriere) vielleicht bereits ein Ende genommen, bevor er überhaupt richtig begonnen hatte. Selbst nach den beiden wenig erfolgreichen Erstlingswerken (die einaktige Oper *Le Willis* von 1884, die auf Giulio Ricordis Drängen später in ein zweiaktiges „Opernballett“ mit dem Titel *Le Villi* abgewandelt wurde; *Edgar* von 1889, die wiederum auf Giulios Anregung hin 1892 von vier Akten auf drei Akte verkürzt wurde) hielt er an Puccini fest, bei dem er ein großes Potenzial erkannte. 1893 wurde sein berühmtes „Gespür für Talente“ mit dem Erfolg von *Manon* belohnt. Die Oper verhalf Puccini schlagartig zu Ruhm, der bald darauf mit *La Bohème* (1896) und *Tosca* (1900) weiter steigen sollte. Bereits 1898 schrieb George Bernard Shaw nach dem Besuch von *Manon Lescaut* in London: „Puccini scheint für mich mehr als jeder andere seiner Rivalen der Erbe Verdis zu sein.“

## Neue Technologien und neues Publikum

Das Aufkommen erschwinglicher Tonaufnahmen fiel mit einem wiedererwachenden Interesse an kultureller Bildung in Europa wie auch in anderen Ländern zusammen. Das gilt insbesondere für die wachsende Mittelschicht in den Vereinigten Staaten. „Zu Beginn des Jahrhunderts“ so der Musikwissenschaftler Mark Katz, „standen der Verbreitung klassischer Musik in Amerika





03

Fimlplakat für *Tosca* mit Francesca Bertini. Sowohl Sardous Drama als auch Puccinis Oper werden als Quellen genannt



04

Puccini und Tito Ricordi II bei der Einweihung der neuen Produktionsanlagen der Casa Ricordi, 1910





einzigartige Probleme im Wege: die Größe des Landes, die Gleichgültigkeit der Regierung gegenüber den Künsten und die begrenzten Möglichkeiten, Konzerte mit „guter Musik“ zu besuchen. Das Grammophon schien eine Lösung zu bieten. Grammophonplatten waren tragbar, günstig, konnten wiederholt verwendet werden und machten klassische Musik für alle Amerikaner:innen verfügbar.“<sup>5</sup> Der Aspekt der „Wiederholbarkeit“ besaß für das klassische Musikrepertoire einen wichtigen Vorteil. Psychologische Experimente in den Jahren 1924 und 1927 zeigten, „dass junge Menschen beliebte Stücke wie ‚Kismet Fox Trot‘ oder ‚Sultan One Step‘ zunächst gerne hören, ihr Interesse beim wiederholten Hören jedoch abnimmt; dagegen fanden sie Aufnahmen klassischer Musik mit jedem Hören interessanter.“<sup>6</sup>

Ein zusätzlicher, unerwarteter Vorteil bestand in der wachsenden Popularität von klassischer Musik, und vor allem der Oper, als Plattenaufnahmen – für ein Publikum, das bislang marginalisiert worden war. „Dank der tragbaren Grammophone konnten Afroamerikaner ‚diese Art von Musik‘ zu Hause hören und so den Besuch von Veranstaltungsorten umgehen, zu denen sie oft keinen Zutritt erhielten. 1916 kommentierte der *Chicago Defender*, eine von Afroamerikanern herausgegebene Zeitung, die Popularität von Schallplatten mit klassischer Musik in der schwarzen Mittel- und Oberschicht: ‚In der Weihnachtszeit werden von unseren Leuten Tausende Dollar für Victrolas ausgegeben. Sie zahlen, um Tetrizzini, Caruso, Paganini, Mme. Schumann-Heink, Geraldine Farrar und andere bekannte Künstler und Künstlerinnen zu hören.‘ [...] Die Jagd nach klassischer Musik wurde unter Schwarzen nicht nur als Ausdruck von Kultur und Vornehmheit angesehen, sie galt auch als ein Weg zur Gleichstellung mit den Weißen.“<sup>7</sup>

In den Vereinigten Staaten erachtete man das wachsende Interesse an der Oper als direkte Folge der Technik der Tonaufzeichnung. 1917 schrieb der *National Music Monthly*: „Wie kommt es zu diesem plötzlichen Interesse und Enthusiasmus für die Oper? Beinahe jeder Laie wird diese Frage mit zwei Worten beantworten, ‚das Grammophon‘. Die Menschen haben in ihren eigenen vier Wänden aus den größten Opern wundervolle Ausschnitte gehört und wissen, was diese innerhalb der Handlungen der Opern bedeuten.“<sup>8</sup> Dieses Phänomen trug maßgeblich zur Expansion von Ricordis Opernrepertoire auf dem amerikanischen Kontinent während des frühen 20. Jahrhunderts bei. Gleichzeitig traf diese unvermittelte und exponentielle Verbreitung dieses Repertoires durch Tonaufnahmen, zudem unter zuvor nicht beachteten Zielgruppen, die meisten traditionellen Musikverlage unvorbereitet.

Bereits 1905 schlug Tito Ricordi voller Enthusiasmus eine Partnerschaft des Verlages mit einer aufsteigenden italienischen Produktionsgesellschaft für Tonaufnahmen vor, der Società Italiana di Fonotipia. Sein Vater Giulio blieb skeptisch, doch der Vorstand von Ricordi befürwortete das Vorhaben. Bald darauf zog eine neue mechanische Aufzeichnungstechnik die Aufmerksamkeit von Musikliebhaber:innen auf sich: Notenrollen. Giulio fragte sich, ob sich diese Technik besser mit einem der traditionellen Geschäftsfelder des Unternehmens verbinden ließe, dem Verkauf von Klavieren. Da auch ihr größter Mailänder Wettbewerber, die Casa Sonzogno, Interesse an dem Geschäft mit Klavierrollen zu finden schien, wurde Tito beauftragt, die Möglichkeiten eines Einstiegs in dieses Segment zu sondieren, und es wurde eine große Summe für potentielle Investitionen vorgesehen. Doch das Projekt war zum Scheitern verurteilt. Für Ricordi sollte sich das indes als Glück erweisen, da der Markt für Notenrollen schon wenige Jahre später von dem rasant wachsenden

Schallplattengeschäft abgelöst wurde.<sup>9</sup> Im Nachhinein liefert diese Episode einen faszinierenden Einblick in die Frühphase technologischen Wandels, in der – wie auch in heutiger Zeit – eine Vielzahl von Optionen angeboten werden und die richtige Wahl häufig mehr Glück als Voraussicht erfordert. Letztlich stellte der „Störfaktor“ der Tonaufnahmen für das Geschäftsmodell des Verlags eine viel größere Herausforderung dar: Während Notenrollen eine Auswirkung auf die alte Tradition der „Hausmusik“ besaßen, bestand die Gefahr, dass Tonaufnahmen der berühmtesten Sängerinnen und Sänger den Opernhäusern das Publikum bald vollständig entziehen würden.

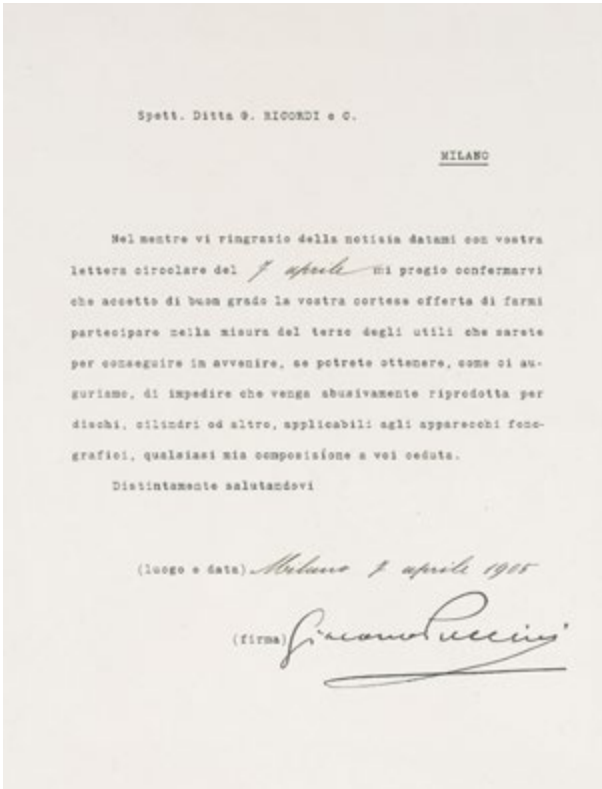
Mit der Zeit wurden selbst Tito Ricordi, der den Möglichkeiten der neuen Welt der Tonaufnahmen weitaus aufgeschlossener gegenüberstand als sein Vater, die möglichen Konsequenzen für die eher konventionellen Einnahmequellen des Verlags bewusst. Zur Zeit der Premiere von *La fanciulla del West* (1910) in New York verweigerte Tito, wie eine US-amerikanische Zeitschrift schrieb, „amerikanischen Grammophon- oder Notenrollenunternehmen die mechanische Vervielfältigung der Musik aus *The Girl of the Golden West*. Stücke aus *Tosca*, *Bohème* und *Madame Butterfly* spielen eine große Rolle im Geschäft mit Notenrollen oder Grammophonplatten. Das Interesse des Publikums an *The Girl* zeigt sich daran, dass alle 1 000 Partituren, die in dieses Land geschickt wurden, nach der ersten Woche ausverkauft waren.“<sup>10</sup> Obgleich dieser Artikel darüber spekuliert, dass Ricordi einen Rückgang im Verkauf im Notengeschäft befürchtete, ist es wahrscheinlicher, dass Titos Besorgnis ein damals in den Vereinigten Staaten noch ungelöstes Problem betraf, nämlich den Schutz des Urheberrechts und die angemessene Vergütung – des Komponisten und des Verlags – für den Verkauf von mechanischen Aufnahmen durch Dritte.<sup>11</sup> Am Ende sah die Casa Ricordi von einer indirekten Beteiligung am Geschäft mit Tonaufnahmen ab und steigerte ihre Bemühungen, im Zusammenhang mit den neuen Technologien den Urheberrechtsschutz und Vergütungen für Aufführungsrechte durchzusetzen.

Eine nicht weniger große Herausforderung bestand im enormen Wachstum und den technologischen Entwicklungen der Filmindustrie, die bereits früh großes Interesse am Opernrepertoire bekundet hatte. Hier stand außer Frage, ob ein Musikverlag sich auch am Produktionsgeschäft beteiligen sollte: Die Diskussion drehte sich um den Schutz der Rechte und das neue Konzept der Lizenzierung.<sup>12</sup>

## **Expandierendes Marketing und der Starkkomponist als „Marke“**

Marketing und Werbung waren wesentliche Faktoren von Ricordis Erfolg, und in diesem Bereich nahm er unter Musikverlagen eine herausragende Stellung ein.<sup>13</sup> Die *New York Times* veröffentlichte nach der Weltpremiere von *La fanciulla del West* bemerkenswerterweise einen ganzseitigen Artikel mit der Überschrift „The Music Trust that Reigns Over Italian Opera“ [Das Musikunternehmen, das über die italienische Oper herrscht], in dem unverhohlen die Bewunderung für die „Ricordis aus Mailand“ zum Ausdruck kam, „die seit hundert Jahren einen wichtigen Faktor in der Operngeschichte darstellen“. In einem Vergleich der Werbe- und Marketingstrategie der Casa Ricordi in den Vereinigten Staaten mit der anderer Verlage, fragte die Zeitung nach der Weltpremiere von Engelbert Humperdincks *Königskinder* an der Metropolitan Opera: „Wo ist der Verleger?“, und wiederholte diese Frage mit Blick auf *Ariane et Barbe-Bleue*

In diesem Brief vom 7. April 1915 schreibt Puccini, dass er Ricordis freundliches Angebot einer Beteiligung von 33% an den Lizenzgebühren aus Tonaufnahmen mit Freuden annimmt. Er äußert sich zufrieden über ihr Engagement, die Produktion von nicht genehmigten Aufnahmen seiner Musik zu unterbinden.



07 - The New York Times, 8. Januar 1911

## THE MUSIC TRUST THAT REIGNS OVER ITALIAN OPERA



**Giulio Ricordi, President of the House, Grandson of the Founder.**

**E**XACTLY 100 years ago today—on Jan. 8, 1816—a collection of musical compositions with the title "The Success of the Year," four songs for French guitar, by Giovanni Ricordi, was published in Milan, Italy. It was the first item of music that ever bore the name of G. Ricordi, music publisher. Since then 141,000 pieces of music have borne that imprint. The most recent is the score of Puccini's new opera, "The

### The Ricordis of Milan, Who Control "The Girl of the Golden West," Have Been Factors in Operatic History for a Hundred Years.

"One by Giovanni Ricordi" is its subtitle. Eight days after—Jan. 16, 1816,—Ricordi and Felice Pavesi signed a solemn partnership agreement, heavily laden with words and official stamps. The amount of capital put in by the original partners of the partnership, now has branches all over the world—was \$50.

That began G. Ricordi & Co. The original of that contract is now preserved in the archives of Casa Ricordi's general press-working offices in Milan.

Success came suddenly in the ambitious youth who had signed the name of the shop to bring his own to completion. In 1848, ten years after starting his business, Giovanni Ricordi secured, for the same amount, from his first office, consisting of two small rooms, Ricordi moved to a little shop in an obscure side street. Then he boldly installed himself as one of Milan's main thoroughfares. Here he found offices, destined to become celebrated throughout the musical world, close to the Scala Theatre.

Thirty years later, young and modest, with the name of "Ricordi" under his arm, still dreaming that their years later the same publishing firm would be paying him a princely sum for "Puccini." "Thirty years later" turned his sleep one day, having in fact an unknown youth whose acquaintance he had somehow made—a youth called Giuseppe Dessiani, who later went to Ricordi as a partner, called "Laska," was a certain secret to it.

Ricordi bought young Verdi's early work—for a few dollars probably. "It made a hit. The young man was contented." He wrote to the publisher offering to sell all his future operas for a certain fixed sum. Ricordi refused the offer.

may not be worth the thousandth part of it." Verdi bowed to the publisher's insistence and signed his paper.

Not many years later the publisher became Verdi and the publisher had become reduced to 33%. As soon as the great composer finished an opera he notified the Ricordi firm. The latter sent him a blank contract form. Verdi filled in the form and wrote how it whatever amount he desired for his new work. The money was immediately paid over without a moment.

Even when his office had been moved to the heart of Milan, Ricordi himself did not get out. While Verdi wrote in and Verdi was, a daughter of the household sat quietly knitting in a corner of the shop. As the publisher brought out some new opera, Verdi never did stand corner after corner on the way to town, but appeared because the opera of Giuseppe Verdi, at which the greatest musical lights of the day were present. For one of these Verdi composed a "Hercules and Omphale," with parts for men-



Autograph Letter to Giovanni Ricordi and Music by Dessiani.



Giovanni Ricordi, Founder of Casa Ricordi.



von Paul Dukas: „Wird der Verleger kommen? Wird der Verleger sich überhaupt dafür interessieren?“ Für Ricordi war man voll des Lobes: „Er ist hier vor Ort und beaufsichtigt aufmerksam jeden Schritt“, und „kaum hatte der Dirigent Arturo Toscanini [...] seinen Taktstock aus der Hand gelegt und war der Vorhang nach dem letzten Akt von ‚Girl‘ gefallen, war [Tito Ricordi] bereits auf dem Weg nach Chicago, um die dortige Produktion der Oper im Auge zu behalten. Und nach der ersten Vorstellung“ in Chicago, reiste Tito Richtung Osten, „dieses Mal nach Boston zur Vorbereitung der dortigen Premiere“. Der Journalist betont, Puccinis „Erfolg ist so überragend und vollständig, weil er die physische und moralische Unterstützung einer enormen unternehmerischen Kraft hinter sich weiß, einer Kraft, auf die kein anderer lebender Komponist bauen kann, nämlich den Musikverlag Ricordi. Mit einer nie dagewesenen Energie und einer klaren kaufmännischen Linie unterstützt Ricordi Puccini in einem Maße, das jeglichem Wettbewerb trotzt und aus diesem siegreich hervorgeht. [...] Dank der Bemühungen Ricordis ist anzunehmen, dass Puccini, wenn alles gut geht, mit *The Girl of the Golden West* mehr Geld einnehmen wird als [Richard] Strauss bis heute mit all seinen Opern zusammen, und zu diesen gehören Sensationserfolge wie *Salome* und *Elektra*.“ Ohne Übertreibung beobachtet die Zeitung in gekonnt ausgewählten musikalischen Metaphern: „So lautstark haben die Ruhmesposaunen Puccini in den letzten fünfzehn Jahren [d.h. seit der Premiere von *La Bohème*] begleitet, dass die Hörer darüber oftmals die Ricordi-Note in dem Akkord überhören, den die Posaunen erklingen lassen. Doch ist diese nichtsdestotrotz extrem wichtig; wenn nicht den Grundton, so stellt sie sicherlich die Dominante dar. Niemand weiß das besser als Puccini selbst, niemand besser als diejenigen unter den italienischen Komponisten unserer Tage, die keine Casa Ricordi hinter sich haben.“<sup>14</sup>

## Das Vermächtnis bewahren und weiterführen

Obgleich der Komponist verstarb, bevor er seine letzte Oper *Turandot* vollenden konnte, arbeitete der Verlag daran, dieses Meisterwerk posthum auf die Bühne zu bringen. Es war ein komplexes Unterfangen, und doch sollte es den krönenden Abschluss von Puccinis Vermächtnis bilden. Die Premiere an der Mailänder Scala war ein Triumph, wenn auch mit einem bittersüßen Nachgeschmack: Bei der ersten Aufführung beendete der Dirigent Arturo Toscanini die Oper just an der Stelle, an der Puccinis eigene Komposition endete: Erst in nachfolgenden Aufführungen wurde das im Nachhinein nach Skizzen von Puccini komponierte Finale gespielt. Verdientermaßen wurde auch dieses unvollendete Meisterwerk Teil des Standardrepertoires – ein Zeugnis Puccinis ungebrochener Beliebtheit.<sup>15</sup> Interessant für die Betrachtung der Auswirkungen neuer Medientechnologien zu Beginn des 20. Jahrhunderts: Puccinis Vertrag für *Turandot* enthielt erstmals eine Klausel, die es dem Verleger ermöglichte, Filmadaptationen zu genehmigen.

## Zeugnis einer Symbiose

Puccinis Musik entsprach dem Zeitgeschmack und ist selbst einhundert Jahre nach seinem Tod noch beliebt. Die Hälfte seiner Opern (*Manon*, *Bohème*, *Tosca*, *Butterfly*, *Turandot*) ist Jahr für Jahr fester Bestandteil im Spielplan von Opernhäusern auf der ganzen Welt. Ihre Anziehungskraft – „kein Komponist

kommunizierte so direkt mit seinem Publikum“ wie Budden es umschreibt – sichert ihnen diese Stellung im Opernrepertoire. Allerdings ist es abwegig zu glauben, ein Komponist könnte einen derartigen finanziellen Erfolg wie Puccini allein erzielen – ohne die Unterstützung und den Geschäftssinn eines so aktiven Verlags, zu dem sich Ricordi bis zur zweiten Hälfte von Puccinis Karriere entwickelt hatte.

Am Beginn des 20. Jahrhunderts war Puccini auf dem Weg, zu einem der wirtschaftlich erfolgreichsten Komponisten klassischer Musik in der Geschichte aufzusteigen. Bei seinem Tod wurde sein Vermögen auf ein Äquivalent von heute 210 Millionen Euro geschätzt<sup>16</sup>, eine für einen Komponisten von Kunstmusik zuvor unvorstellbare Zahl. Verantwortlich dafür waren die Entwicklung im Schutz und in der Verwertung von Urheberrechten, die Konzeption neuer Marketingtechniken und sein großes Glück, von einem Musikverlag vertreten zu werden, der die Durchsetzung dieser Rechte äußerst aggressiv verfolgte und in Produktion und Werbung stets auf Innovation setzte.

Bei Ricordi war man sich nicht nur der Herausforderungen des Urheberrechtsschutzes in Zeiten neuer Technologien und der Durchsetzung angemessener Vergütungen bewusst; man erkannte auch, dass die Strategien und Techniken für Marketing und Werbung an die Herausforderung (und die Chancen) angepasst werden mussten, die eine weltweite Vermarktung des eigenen Opernrepertoires an ein viel breiteres Publikum ermöglichte, das vermutlich nie ein Opernhaus besucht hatte (und dies auch nicht beabsichtigte). Schallplatten, Filme und später Radioubertragungen öffneten diese altehrwürdige Kunstform (und das Repertoire) für eine Masse an Musikliebhaberinnen und Musikliebhabern, die noch wenige Jahrzehnte zuvor undenkbar gewesen war.

Eine in Italien am Ende des 16. Jahrhunderts geschaffene Theatergattung hatte sich vom exklusiven Vergnügen für höfische Eliten (beziehungsweise kleine intellektuelle Kreise) und einer in speziell errichteten Opernhäusern dargebotenen Unterhaltungsform für die oberen Schichten des 17. und frühen 18. Jahrhunderts zu einem Kulturerlebnis der wohlhabenden Bourgeoisie und Kaufleute des frühen 19. Jahrhunderts entwickelt. Von den Auftragsarbeiten für adlige Mäzene über die Ära der Impresarios, welche die Programme für private oder öffentliche Theater entwarfen, bis in die Zeit der unternehmerisch als Organisatoren agierenden Verleger schien all dies einer natürlichen Entwicklung zu folgen. Aber nun, am Beginn des 20. Jahrhunderts, ereignete sich ein Wandel, den niemand hatte vorhersehen können.

Ricordis Investition in Puccinis Karriere hatte sich für den Verleger zweifelsohne vielfach ausgezahlt. Und gerade im Kontext dieser Symbiose zwischen hoher Kunst und geschicktem Unternehmertum erhält diese Geschichte der schnellen technologischen Sprünge am Anfang des 20. Jahrhunderts ihre faszinierende Note. In den Beiträgen dieses Katalogs widmen sich die Autorinnen und Autoren unterschiedlichen Aspekten dieser Herausforderungen, ihrer Entwicklung und erörtern, auf welche Weise der Künstler und sein wichtigster Verleger auf sie reagierten.



