



**Philharmoniker
Hamburg**

»Sounds of Hamburg«

Philharmoniker machen Hamburger mit neuem Online-Projekt zu Komponisten

Hamburg, den 24. März 2010. Wie klingt Hamburg? Und wie klingen Hamburger, wenn die Hanseaten selbst die Musik für markante Plätze der Stadt kreieren? Dieser Frage sind die Philharmoniker Hamburg nachgegangen: Mit ihrem neuen Projekt »Sound of Hamburg« werden die Hamburger selbst zu Musikern und Komponisten und geben fünf Orten der Stadt einen ganz besonderen Sound. »Sounds of Hamburg« findet im Internet statt: Mit einer interaktiven Webseite schaffen die Philharmoniker eine spielerische Verbindung zwischen dem traditionsreichen Orchester und der Bevölkerung der Stadt Hamburg. Auf www.sounds-of-hamburg.de wird der kreative User zum Arrangeur und Dirigenten, und es geht ganz einfach: Er wählt klickt einen Ort an, zum Beispiel den Blick auf die Landungsbrücken. Eine Webcam überträgt das Bild live. Der User kann hier dann mehrere Flächen in dem Bild mit Instrumenten belegen – und so dank Motion-Tracking mit den zufällig durchfahrenden Autos, Radfahrern und Schiffen unterschiedliche Klänge entstehen lassen. Eine individuelle Komposition entsteht. Eine ganz besondere Atmosphäre entsteht bei der Webcam im Tropenaquarium in Hagenbeck: Hier gleiten Haie, Rochen und Muränen durchs Wasser und helfen bei der Kreation des Sounds.

Für das neue Projekt der Philharmoniker Hamburg hat der Komponist Roman Vinuesa für jeden der Orte einen charakteristischen Klang geschaffen, die Einspielungen stammen von Musikern der Philharmoniker. Die Haie im Tropenaquarium schwimmen zu sphärisch anmutenden Klängen, die User können Vibraphon, Marimbaphon, Solofagott, Cello und Geige hinzufügen. An den Landungsbrücken wird es konkreter, hier lassen die Autos und Schiffe gleich ganze Instrumentengruppen ertönen: Streicher, Schlagzeuger, Holzbläser, Blechbläser und Tasteninstrumente. Auch am Rathausmarkt oder auf dem Beatles-Platz können User unterschiedliche Instrumente nutzen. Vinuesa studierte Komposition und Dirigieren bei José Collado in Valencia, gefolgt von einem Kompositions- und Theoriestudium an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg mit Abschluss 2005. Er schrieb Auftragswerke unter anderem für die Sopranistin Montserrat Caballé und die Geigerin Baiba Skride. Seine Werke werden bei Festivals zeitgenössischer Musik im europäischen Raum aufgeführt, wie beispielsweise im Rahmen des NUMUS-Festivals in Aarhus (Dänemark).

Er arbeitet als Komponist und Arrangeur bei zahlreichen Filmproduktionen mit, darunter »Der Baader-Meinhof-Komplex« und »Sturmflut II«. Im Jahr 2009 schrieb er im Auftrag des Theaters Görlitz die Musik zu dem Historienspiel »Alles oder Nichts«.

»Mit unserer Markenkommunikation wollen wir diese elementare Macht der Musik unter Beweis stellen und zeigen, dass nicht die musikalische oder epochale Gattung für das Empfinden der Musik entscheidend sind, sondern zum Beispiel der Rhythmus, die Lautstärke und die Klangfarbe«, sagt Milena Ivkovic, Direktorin für Marketing bei den Philharmonikern Hamburg. »Mit dem Online-Projekt »Sounds of Hamburg« tun wir dies auf eine spielerische Art und Weise, die unser Orchester und die Stadt Hamburg ungewöhnlich schön inszenieren.«

Die Idee zu dem Projekt hatte die Agentur Jung von Matt/Alster, die seit eineinhalb Jahren mit den Philharmonikern Hamburg zusammen arbeiten. »Beim ‚Größten Konzert der Welt‘ haben wir den Konzertsaal der Philharmoniker Hamburg in die Stadt verlagert und damit den Menschen in Hamburg nicht nur das Zuschauen und -hören, sondern das Erleben von Musik möglich gemacht«, sagt Götz Ulmer, Chef-Kreativer bei Jung von Matt. »Mit dem neuen Projekt ‚Sounds of Hamburg‘ entwickeln wir diese Idee einen Schritt weiter: diesmal spielt das Orchester der Hansestadt nicht nur in Hamburg verteilt, sondern mit Hamburg. Auf der Webseite kann man das Werk der Philharmoniker selbst beeinflussen, indem man Menschen, Autos, Schiffe oder sogar Fische zu Instrumenten macht und so selbst komponiert, online und in Echtzeit. Dadurch profilieren wir die Philharmoniker noch stärker als das Orchester der Hansestadt und betonen die Nähe zu den Hamburgern und denjenigen, die Hamburg lieben.«

Unterstützt wird »Sounds of Hamburg« von Hamburg Marketing. Das innovative Internet-Projekt, mit dem die Philharmoniker die ganze Stadt zum Klingen bringen, verbindet markante Orte der Stadt mit dem Thema Musik und funktioniert ohne Worte, also international.

Die Philharmoniker Hamburg danken der Werbeagentur Jung von Matt/Alster für die Idee und die Konzeption, den Unternehmen Sicherleben24, Blitzeinschlag und Deutsche Telekom AG für die technische Umsetzung und der Agentur Demodern für die Programmierung der Webseite.

www.sounds-of-hamburg.de

Pressekontakt:

Philharmoniker Hamburg
Pressestelle, Bettina Bermbach
Große Theaterstraße 25, 20354 Hamburg
Telefon: 040 / 35 68 406
e-Mail: Bettina.Bermbach@staatsoper-hamburg.de