



KONZERTHAUS DORTMUND

28.03.2023

Marion Daldrup  
Stellv. Pressesprecherin  
T 0231 22 696 213  
Marion.Daldrup@konzerthaus-dortmund.de

## PRESSEMITTEILUNG

### **Raphael von Hoensbroech bleibt Intendant am Konzerthaus Dortmund**

Stadt verlängert Engagement des Geschäftsführers bis 2030

Die Stadt Dortmund und Dr. Raphael von Hoensbroech setzen ihre erfolgreiche Zusammenarbeit fort: Der Intendant und Geschäftsführer des Konzerthaus Dortmund hat seinen Vertrag bis 2030 um weitere sechs Jahre verlängert. Der Musikwissenschaftler und Kulturmanager ist der vierte Intendant des 2002 eröffneten Konzerthauses und führt die Institution seit 2018.

„Die Verlängerung des Vertrags mit Raphael von Hoensbroech ist eine sehr gute Nachricht für das Konzerthaus und die Stadt Dortmund“, sagt Oberbürgermeister Thomas Westphal. „Das Konzerthaus ist ein Ort der Kultur und der Begegnung mit internationalem Renommee. Das ist ein Verdienst der Arbeit von Raphael von Hoensbroech und seines Teams, und ich freue mich, dass er diesen erfolgreichen Weg in den nächsten Jahren weitergehen kann. Das Konzerthaus setzt wichtige Impulse für und in die Stadt und begeistert sein Publikum jeden Tag aufs Neue. Seine Intendanz steht für diese Qualität und Publikumsnähe, und wir freuen uns auf die nächsten Jahre und auf ein facettenreiches Programm auf der Höhe der Zeit.“

Intendant Raphael von Hoensbroech erklärt: „Ich freue mich sehr, meine Arbeit am Konzerthaus Dortmund fortsetzen zu können. Das ist ein großer Vertrauensbeweis und eine Verpflichtung zugleich, aber auch Ergebnis einer hervorragenden Zusammenarbeit mit der Stadt – das hat sich besonders bei der Bewältigung der Corona-Krise gezeigt.“

Die Bedeutung des Konzerthauses, das als Mitglied der European Concert Hall Organisation (ECHO) zu den wichtigsten Konzertstätten Europas gehöre, sei für Dortmund und die Region nicht hoch genug einzuschätzen. „Zur Attraktivität und Zukunftsfähigkeit Dortmunds liefern wir einen wesentlichen Beitrag. Für viele Menschen ist das Kulturangebot einer Stadt ein wesentliches Entscheidungskriterium. Seit 2018 haben wir das Profil des Hauses weiter geschärft – durch innovative Programme und Erlebnisformate und durch eine enge Verbindung zu unseren Besucherinnen und Besuchern, mit deren vielfältigen Wünschen und Erwartungen an ein Konzerterlebnis wir uns intensiv beschäftigen. Das begeisterungsfähige Publikum ist eines unserer wesentlichen Assets und sorgt zusammen mit der herausragenden Akustik unseres Saales dafür, dass Musikerinnen und Musiker so gerne bei uns auftreten“, betont Hoensbroech. Nach Corona ist das Haus zügig wieder zu vollen Sälen zurückgekehrt. Das habe neben einer hohen Kundentreue an dem strategisch erarbeiteten Marketing gelegen. „Für mich ist Marketing unmittelbare Kulturförderung: Es geht dabei viel weniger darum, Tickets zu verkaufen, als Menschen für Kultur zu begeistern. Deshalb haben wir uns sehr strategisch mit der Frage auseinandergesetzt, wie wir neues Publikum erreichen

– die ersten Erfolge sehen wir schon jetzt.“ Es sei immer wieder eine Freude, auf Menschen zu treffen, die das erste Mal ins Konzerthaus kommen, so Hoensbroech.

Für die weitere Entwicklung des Konzerthaus Dortmund möchte er nicht nur künstlerische Akzente setzen. „Es gibt viele Themen, die uns und die Stadt bewegen und die über unser klassisches Kern-Programm hinausgehen. Ein wichtiges ist die Teilhabe am kulturellen Angebot – unser Konzerthaus ist kein elitärer Musentempel, sondern verbindet den Kernauftrag eines Konzertangebots auf internationalem Top-Niveau mit vielfältigen Angeboten für Menschen, die nicht von selbst den Weg in ein Konzerthaus finden – beispielsweise in unserer unmittelbaren Umgebung. Mit dem von uns seit 2019 intensiv entwickelten Projekt Community Music nehmen wir in Deutschland eine Vorreiterrolle ein, wenn es darum geht, Mitwirkung auf Augenhöhe anzubieten. Mehr als 10.000 Menschen haben wir inzwischen in fast 900 Workshops erreicht und nicht wenigen eine neue Perspektive auf- und zueinander vermitteln können. Auch beim Thema Nachhaltigkeit, das aktuell in der Green Culture Aktionswoche in Dortmund viel Aufmerksamkeit erfährt, haben wir schon vor Jahren einen klaren Kurs eingeschlagen – mit eigener CO2-Bilanz und dem Anspruch, unser Angebot mit Ressourceneffizienz zu verbinden. Wir lassen uns derzeit im Rahmen von Ökoproofit zertifizieren und planen, mit Photovoltaik unseren eigenen Strom zu erzeugen“, erklärt Hoensbroech.

Wenn am 19. April 2023 die neue Saison vorgestellt wird, gibt es wieder viele bekannte und neue Namen im hochkarätigen Programm zu entdecken. „Das alles ist nur möglich, weil mir ein fantastisches Team zur Seite steht, das mit Leidenschaft und Sachkenntnis in den verschiedenen Bereichen des Hauses arbeitet und zusammensteht: Von der Pforte über das Ticketing, den Foyer-Kräften und dem erstklassigen Restaurant-Team des Stravinski bis zur Kommunikation und allen, die an der allabendlichen Produktion beteiligt sind. Sie alle bilden das Rückgrat dieses Hauses.“

Weitere Informationen und Bildmaterial stehen im [Pressebereich](#) der Website des Konzerthaus Dortmund zum Download zur Verfügung.