

genauso zum Konzertwesen gehören und ebenso spannende und gelingende Konzerterlebnisse bieten können. Die Eingrenzung auf westlich-klassische Musik erfolgt einerseits aus forschungspragmatischen Gründen, andererseits aufgrund der starken Institutionalisierung und damit verbundenen Förderung dieser Musikpraxis. Deren vorgegebener Kanon und klare Interpretationsregeln geben für Musikvermittelnde bisweilen einen engeren Rahmen vor als freiere, improvisatorische Musikpraxen. Denn mit dem Umgang von bestehenden Kompositionen westlich-klassischer Musik sind oftmals Erwartungen verbunden, die den Handlungsspielraum von Musikvermittelnden einschränken und damit die Vermittlungspraxis erschweren (vgl. dazu Kapitel 4, in dem ich unterschiedliche Musikverständnisse und deren Konsequenzen für die Musikvermittlung diskutiere). Zudem bietet die erfolgte Eingrenzung des Forschungsfelds angesichts hegemonialer Strukturen im Konzertbetrieb und postkolonialer Verstrickungen westlich-klassischer Musik besondere Herausforderungen und ruft nach einem verantwortungsbewussten und diskriminierungskritischen Vorgehen. Auch wenn sich diese Publikation der Vermittlung westlich-klassischer Musik widmet, ist die Resonanzaffine Musikvermittlung (wie beispielsweise auch der Kompass Musikvermittlung⁶) auch auf andere Musikgenres und -praxen übertragbar.

Die Studie untersucht Musikbeziehungen und Konzertsituationen in grundsätzlicher Weise und schränkt sich nicht auf eine bestimmte Ziel- oder Altersgruppe ein. Es handelt sich um eine theoretische Arbeit, wofür hauptsächlich musikpädagogische, musikwissenschaftliche, soziologische und kulturwissenschaftliche Literatur gesichtet und ausgewertet wurde. Kern der Arbeit bildet die Rezeption einer soziologischen Theorie, woraus ein Modell für Musikbeziehungen hergeleitet wird und dieses mit weiteren theoretischen Ansätzen unterfüttert und verdichtet wird. Die theoretischen Darlegungen werden jeweils mit Beispielen aus der Musikvermittlung illustriert und diskutiert. Um mit der vorliegenden Arbeit eine Brücke von der Theorie zur Praxis zu schlagen, finden sich im Anhang der Arbeit Leitfragen für eine Resonanzaffine Musikvermittlung, die auf den gewonnenen theoretischen Erkenntnissen basieren.

1.5 Die Perspektive der Musikvermittlung im Kontext von Konzertsituationen

Die genannten Forschungsfragen werden aus der Perspektive der Musikvermittlung untersucht, die

»Beziehungen und Bezüge zu Musik schaffen sowie ein vertiefendes und erweiterndes Hören von Musik ermöglichen will und sich dabei in einem gemeinsamen Handlungsfeld von unterschiedlichsten Disziplinen und AkteurInnen verortet, innerhalb dessen nach ästhetischen, persönlichen, sozialen und strukturellen Veränderungen gestrebt wird.« (Müller-Brozović 2017)

6 Vgl. <https://kompass.kultur-vermittlung.ch/kompass> [15.07.2023].

Musikvermittlung⁷ wird in dieser Arbeit auf pragmatische Weise als künstlerische Beziehungsarbeit verstanden, die grundsätzlich mit jeder Musik möglich ist. Ausgangspunkt sind folgende Beobachtungen in der Vermittlungspraxis:

1. Musikvermittler*innen gehen aufgrund ihrer persönlichen Präferenzen und Möglichkeiten individuell und intuitiv vor und erwerben ein Erfahrungswissen, das kaum weitergegeben werden kann. Gleichzeitig ist die Musikvermittlungsszene von einer hohen Fluktuation geprägt⁸ und bietet angesichts des Zeit- und Produktionsdrucks kaum die Möglichkeit für (selbst-)kritische Reflexion. Orientierung bieten allenfalls sogenannte *Best-Practice*-Beispiele, die mit Preisen ausgezeichnet und mit einer kurzen Jurybegründung gewürdigt werden. Methodische und kritische Diskurse finden in den Communities nur ansatzweise in mündlichen Austauschrunden statt, werden jedoch nicht vertieft oder verschriftlicht.
2. Eine öffentliche Aufmerksamkeit ist maßgebend für »gute« Musikvermittlung. Projekte, die eine breite Wahrnehmung und Würdigung erfahren, gelten als sogenannte *Best-Practice*-Beispiele. Damit sind allerdings in der Regel keine kritische Reflexion und Diskussion verbunden. Es geht vor allem um das Schaffen von Aufmerksamkeit und neuen oder mehr Publika und um die Anschlussfähigkeit von westlich-klassischer Musik an die Gesellschaft. Während dies meistens den Erwartungen von Veranstalter- und Förderseite entspricht, kritisieren Stimmen aus der Musikwissenschaft und -pädagogik die Nähe zu Marketing und werfen Musikvermittlung Kommerzialisierung und Banalisierung vor (Noltze 2010). Beinahe unbestritten unter Musikvermittelnden ist die implizite Annahme, dass ein mangelndes Interesse von Nicht-Hörer*innen nicht an der Musik selbst liegen könne.
3. In der Folge wird gar nicht in Betracht gezogen, dass kaum alle Menschen westlich-klassische Musik hören wollen (Krupp-Schleußner 2016b, S. 11)⁹. Unabhängig von einem möglichen persönlichen Entscheid für oder gegen westlich-klassische Musik geht es der Musikvermittlung zunächst darum, eine grundsätzliche Zugänglichkeit zu westlich-klassischer Musik zu schaffen und Ressourcen bereitzustellen. Denn es wird angenommen, dass diese Musikform nicht allgemein zugänglich und bekannt ist. Gleichzeitig wird in partizipativen Projekten versucht, von einer Vielfalt von Kulturen und Musiken auszugehen und paternalistische Haltungen im Umgang mit

7 Die vorliegende Arbeit stützt sich auf die vielfach unternommenen Definitionsversuche und Vertortungen von Musikvermittlung, vgl. Schneider (2001); Stiller (2008); Hüttmann (2009); Wimmer (2010b); Rüdiger (2014); Müller-Brozović (2017); Mautner-Obst (2018) und Petri-Preis (2019). Mit dem Handbuch Musikvermittlung (Petri-Preis und Vogt 2023) liegt zudem eine fundierte Auseinandersetzung mit diesem Handlungsfeld vor.

8 Dies hat auch mit den prekären Arbeitsverhältnissen von (meist jungen, weiblichen) Musikvermittlerinnen zu tun, worauf in der vorliegenden Arbeit nicht eingegangen werden kann. Vgl. dazu die Studie von educult http://miz.org/downloads/dokumente/1005/2020_05_NJO_MV_Umfrage_2020.pdf [15.07.2023].

9 Thomas Renz (2016) weist darauf hin, dass Nicht-Besucher*innen Kultur v.a. zur Regeneration und Unterhaltung nutzen möchten. Geht Musikvermittlung auf diesen Wunsch ein, so handelt sie sich den Vorwurf der Banalisierung ein und entspricht nicht den gängigen Förderkriterien.

den Teilnehmenden zu vermeiden¹⁰. Mitunter zielen partizipative Musikvermittlungsprojekte auf unbestritten berechnete und wichtige gesellschaftspolitische Anliegen wie Offenheit gegenüber Neuem und ›Fremdem‹¹¹; seltsam mag in diesem Zusammenhang der Bezug und das Arbeiten mit westlich-klassischer Musik (als vermeintlicher Weltsprache) sein, zumal dieses Genre selbst ein hohes Distinktionspotenzial aufweist und sich seiner postkolonialen Verstrickungen kaum bewusst ist (Stoffers 2019).

4. Die Erwartungen an Musikvermittlung folgen einem Wachstumsdenken. Die Publikumszahlen dürfen aus Sicht des Musikmarktes nicht rückläufig werden, sondern sollen stabil bleiben, wenn nicht wachsen. Was die Aktivitäten von Musikvermittlung betrifft, so kann von einem eigentlichen Wachstumsmarkt gesprochen werden, hat sich doch die Anzahl entsprechender Angebote zwischen 2003 bis 2017 gemäß der Statistik der Deutschen Orchestervereinigung mehr als verdreifacht¹². In der Spielzeit 2017/18 wurden in Deutschland deutlich mehr Musikvermittlungsangebote (6325) als Sinfonie- und Chorkonzerte (5557) durchgeführt. Dennoch ist der Stellenwert von Musikvermittlung innerhalb der Orchester gering. Musikvermittlung soll vor allem neues Publikum bringen, gleichzeitig aber möglichst wenig Kosten und den laufenden Betrieb nicht stören (Unseld 2015).
5. Das musikalische Programm, insbesondere von Vermittlungskonzerten mit Orchestern, beschränkt sich meist auf einen Kanon mit sinfonischer und programmatischer Musik. Aus probentechnischen und finanziellen Gründen sind Orchesterkonzerte meist sehr traditionell konzipiert. Das Orchester musiziert und dazwischen moderiert oder erzählt ein*e Vermittler*in, ein*e Schauspieler*in oder allenfalls auch Jugendliche. Die Orchestermusiker*innen warten während der Moderation auf ihren nächsten Einsatz und sind kaum in das Bühnengeschehen einbezogen, weder musikalisch, verbal noch szenisch. Ihr Beitrag beschränkt sich auf die Interpretation, wobei nur selten in die Partitur eingegriffen wird (allenfalls um ein Motiv vorzustellen oder eine Mitmachaktion einzuüben). Freiere Umgangsweisen mit Musik sind äußerst selten.
6. Innerhalb der Musikvermittlungsszene etablieren sich bestimmte, moderierte oder inszenierte Konzertformate und Protagonist*innen; so erhielt ein bereits mit dem *Junge-Ohren*-Preis ausgezeichnetes Ensemble diese Ehrung ein zweites Mal¹³. Neue Impulse erfährt die Musikvermittlung vor allem durch die Szene von freien Ensembles, Musiker*innen und kleineren Festivals, die experimentell mit Musik und ihren Präsentationsformen umgehen, mit ihrer Arbeit Nischen ausfindig machen und so Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten (ohne sich dabei als Musikvermittelnde zu bezeichnen). Dadurch entwickelt sich das Konzertwesen weiter und diversifiziert

10 Zur Verwendung des Begriffs *Kultur für alle* vgl. Fuchs (2018).

11 Auf die problematische, da Normen und Grenzen setzende Unterscheidung zwischen Eigenem und ›Fremdem‹ kann hier nur hingewiesen werden.

12 Vgl. www.miz.org/downloads/statistik/78/78_Veranstaltungen_oeffentlich_finanzierter_Orchester.pdf [15.07.2023].

13 Es handelt sich um die Produktion *Unterwegs nach Umbidu* des Ensembles *Die Schurken* vgl. www.dieschurken.at/uploads/5/9/2/7/59270107/junge_ohren_pressemitteilung.pdf [15.07.2023].

sich: es entstehen hybride Kunstformen mit einem erweiterten Musikbegriff. Musikvermittlung beschränkt sich in der Folge nicht auf ein bestimmtes Label und eine explizite Absicht (wie sie von institutioneller Seite formuliert und proklamiert wird), sondern entspricht einer Haltung, neue Wege im Umgang mit Musik zu suchen und eine persönliche und gesellschaftliche Relevanz von Musik zu schaffen (Müller-Brozović 2017).

7. Angebote der Musikvermittlung erreichen außerhalb von Schulprojekten vor allem Menschen mit einer bereits vorhandenen Affinität zu westlich-klassischer Musik (Noltze 2013, S. 41). Sogenannte Nicht-Besucher*innen werden hingegen kaum erreicht. Musikvermittlung bewegt sich im außerschulischen Bereich demnach in einer Blase von Gleichgesinnten. Auch die Musikvermittler*innen selbst (meistens junge Frauen) bringen einen mehr oder weniger einheitlichen Bildungshintergrund mit; viele von ihnen kommen aus bürgerlichen, deutschsprachigen Familien und spielen seit ihrer Kindheit ein Instrument oder singen in einem Chor, was für ein Musikstudium eine Voraussetzung darstellt und daher Menschen mit anderer Sozialisation bereits bei der Aufnahmeprüfung ausgrenzt¹⁴ (Saner et al. 2016). Gleichzeitig gehen viele Musikvermittlungsprojekte von einem offenen Kulturbegriff aus, interessieren sich für vielfältige Formen von Musiken und setzen sich für eine gerechtere Gesellschaft ein.
8. Die Nicht-Besucher*innenforschung weist darauf hin, dass vor allem eine fehlende Nähe dazu führt, dass ein potenziell interessiertes Publikum ausbleibt (Tröndle 2019). Allerdings fokussiert sich die Nicht-Besucher*innenforschung von Martin Tröndle in ihrem Sampling auf Studierende. Nicht-Akademiker*innen und ältere Personen hingegen werden in Tröndles Studie gar nicht berücksichtigt. Dennoch kann das Bestreben, Nähe herzustellen, auch als allgemeines Ziel von Kulturinstitutionen formuliert werden. So artikuliert sich der Wunsch, Nähe zu schaffen, auch im Wandel von *Audience Development* hin zu *Community Building*, bei dem es um langfristige Gemeinschaften und Nachbarschaft geht sowie um ein kollaboratives Arbeiten, was sehr eng mit Prinzipien der Musikvermittlung verbunden ist (Borwick 2012).
9. Aufgrund der Pandemie bespielen viele Musikensembles und Orchester (für sie neue) erweiterte Konzertformate, sowohl im digitalen Raum (z.B. Mitspiel- oder Gesprächskonzerte) als auch im analogen Raum (z.B. Garten- oder Museumskonzerte). Während die einzelnen Orchestermitglieder sich in traditionellen Konzerten möglichst unauffällig verhalten und sich ganz in die akustisch-musikalische und optische Gesamterscheinung einfügen, zeigen sie sich in digitalen Formaten auf sehr individuelle Weise (insbesondere in Orchestervideos mit Kacheln für jede*n einzelne*n Musiker*in). Es sind gerade die privaten, persönlichen, oft auch humoristischen Sequenzen in den Videos, die das digitale Publikum bewegen und in Zeiten von *Social Distancing* für Nähe und Berührung sorgen. Die Orchestermusiker*innen agieren hier aus Eigeninitiative und beweisen sehr viel Fantasie, was in einem traditionellen Konzert nicht möglich wäre. Andererseits gibt es auch Orchester, die ihre Tätigkeit den Gegebenheiten der Pandemie kaum anpassen und lediglich

14 Vgl. den Schlussbericht des Schweizer Forschungsprojekts *Art.School.Differences* https://blog.zhdk.ch/artschoolifferences/files/2016/10/ASD_Schlussbericht_final_web_verlinkt.pdf [15.07.2023].

traditionelle Konzerte streamen. Es zeichnet sich jedoch ab, dass die Pandemie Transformationsprozesse im Kulturbereich beschleunigt und die Ausführungspraxis als Repräsentation von Musik, wie sie oft in traditionellen Konzerten vollzogen wird, von einer Aufführungspraxis abgelöst wird (Tröndle 2009b). Mit der Pandemie wird das Konzertwesen grundsätzlich hinterfragt und neben Schutzmaßnahmen für das Publikum und Unterstützungsmaßnahmen für die Kultur, erarbeiten Kulturinstitutionen in sogenannten Transformationsprojekten Szenarien, wie sie sich in Zukunft strukturell neugestalten und mit dem Publikum in Beziehung treten wollen¹⁵. An dieser Schnittstelle eröffnet sich die Chance, Musikvermittlung weder als Anhängsel des eigentlichen Kulturbetriebs zu verstehen, das lediglich den Auftrag erfüllt, die bestehende Institution und ihr bisheriges Programm zu legitimieren, indem neue Publika dafür gewonnen werden, noch Musikvermittlung als autonome Abteilung zu sehen, die die Hauptabteilung einer Kulturinstitution nicht tangiert, sondern lediglich die Statistik verschönert. Wird Musikvermittlung in Zukunft in die Leitungsstrukturen von Kulturinstitutionen integriert und strategische wie inhaltliche Entscheidungen von Anfang an mit den Musikvermittler*innen getroffen, so impliziert dies auch den Einbezug der Gesellschaft und ein partizipatives Mitdenken und Mitgestalten durch das Publikum.

Angesichts interdisziplinärer und kollaborativer Arbeiten, eines erweiterten Musikbegriffs, hybrider Kunstformen und des Anspruchs, mit Musikvermittlung einer gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen¹⁶, ist es müßig, die Beschaffenheit eines Musikvermittlungslabels zu diskutieren und zu definieren, wo Musikvermittlung beginnt und endet. Auch der »Bildungsimperativ«, der in einem gewissen Verständnis des Vermittlungsbegriffs mitschwingt, ist längst verklungen: »Das musst du kennen!« hat seinen Schrecken verloren, man kommt in der Regel auch ohne Beethoven, Brahms und Bach durchs Leben.« (Noltze 2013, S. 54) Musikvermittlung wird vielmehr als weites Handlungsfeld verstanden (Müller-Brozović 2017) und spielt in der Kulturpolitik eine wichtige Rolle. So umfasst Musikvermittlung alle drei zentralen Handlungsachsen der Schweizerischen Kulturbotschaft, die maßgebend für die Kulturförderung sind und daher eine hohe Relevanz erfahren: Kulturelle Teilhabe, gesellschaftlicher Zusammenhalt sowie Kreation und Innovation¹⁷. Musikvermittlung kann somit als Querschnittsdisziplin verstanden werden und beabsichtigt, Musik im Kontext von gesellschaftlichem Wandel anschlussfähig zu machen an heutige kulturelle Rezeptions- und Konsumverhalten, an kultur- und bildungspolitische Forderungen, an soziale und digitale Herausforderungen und an transkulturelle Diversität.

15 Vgl. <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/themen/covid19/massnahmen-covid19/kulturelle-unternehmen.html#6946382> [15.07.2023].

16 In den genannten Feldern situieren sich auch *Community Music*, *Community Building* und *Artistic Citizenship*.

17 Vgl. <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/aktuelles/aktuelles---archiv/aktuelles-2020/bund-esrat-verabschiedet-kulturbotschaft-2021-2024.html> [15.07.2023].