

Opernhäuser

Anne-Kathrin Ostrop

Die Bedeutung der Musiktheatervermittlung an Opernhäusern ist in Deutschland seit der Schaffung der ersten Stellen für musiktheatervermittelnde Mitarbeiter_innen 1997 an der Staatsoper Stuttgart sowie der Gründung von sogenannten *Jungen Opern* an den Opernhäusern in Köln 1996 und Stuttgart 1997 kontinuierlich gewachsen (vgl. Schaback 2020: 9). Längst richtet sich die kulturvermittelnde Arbeit nicht mehr nur an Kinder und Jugendliche, sondern an Menschen jeden Alters und jeder gesellschaftlichen Zugehörigkeit (vgl. Ostrop 2019: 263). Dabei korreliert idealerweise die Didaktik und Methodik der musiktheatervermittelnden Arbeit mit dem künstlerischen Markenkern des jeweiligen Opernhauses und der Bevölkerungszusammensetzung seiner (Noch-nicht-)Publika.

Die Kernkompetenz und Hauptaufgabe der Musiktheatervermittlung an einem Opernhaus ist im besten Falle inhaltlich motiviert und kann diverse Ziele verfolgen. In einer sich rasant ändernden Welt kann es Ziel des Vermittlungsprogramms sein, heterogenen Dialoggruppen und Publika jeden Alters mit unterschiedlichen Formaten von künstlerisch-kreativ-partizipativem¹ bis zu kognitiv-reflektierendem Charakter² (vgl. Mautner-Obst 2018: 335–357) persönliche Zugänge zur Kunstform Musiktheater im Sinne des jeweiligen Opernhauses zu ermöglichen. Die musiktheatervermittelnde Arbeit eines Opernhauses kann Teilhabe ermöglichen (→ Voit: 40) und so einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten (vgl. Brosda 2020: 129–134). Um Innovation und Relevanz zu ermöglichen, sollte das (Selbst-)Verständnis der musiktheatervermittelnden Arbeit bidirektional sein: Vermittlung aus einem Opernhaus hinaus in die Bevölkerung und zurück in die künstlerische Entscheidungsebene des Opernhauses (vgl. Schieck/Zipf 2021). Dies kann dann gelingen, wenn Musiktheatervermittler_innen als Expert_innen des Publikums mit der künstlerischen Leitung des Opernhauses bei künstlerisch-kuratierenden Entscheidungen – z. B. zur Auswahl des Stückes, des Regie-

1 Als Beispiele können hier das Opernlabor der Wiener Staatsoper (www.wiener-staatsoper.at/jung/opernlabor-tanzlabor [20.05.2023]), die Musiktheater-Clubs am Staatstheater Hannover (www.staatstheater-hannover.de/de_DE/backstage#clubs-xs-xm-xl-tanz [20.05.2023]) oder die Kompositionswerkstatt der Staatsoper unter den Linden genannt werden.

2 Dazu zählen beispielsweise Führungen, Probenbesuche oder Künstler_innen-Gespräche.

teams, der Kommunikationsstrategie, der Auswahl der Dialoggruppe – auf Augenhöhe miteinander im Gespräch sind.

Um diese Ziele zu erreichen, werden Methoden u.a. der Musiktheaterpädagogik und -geragogik, der *Szenischen Interpretation* von Musik und Theater³, der Musikvermittlung, der aufsuchenden (Sozial-)Arbeit (vgl. Josties/Gerards: 2020), des Audience Development (→ Mandel: 353), der analogen wie digitalen Kommunikation, der künstlerischen Kuratierung, des Marketings, der Netzwerkarbeit sowie des Change- oder Transformations-Managements angewendet, wobei stets auf eine Teilhabe ermöglichende, wertschätzende, demokratische und auf Nachhaltigkeit abzielende Grundhaltung auf Augenhöhe mit den Dialoggruppen geachtet werden sollte. Manche musiktheatervermittelnden Abteilungen sind darüber hinaus für die inhaltliche Entwicklung und Umsetzung von Fundraising- und Sponsorenprojekten und der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Stiftungen und Fördergebern zuständig oder daran beteiligt (vgl. Komische Oper Berlin 2018: 110).

Die musiktheatervermittelnden Angebote umfassen unter anderem:

- Workshops zu allen Opern und Konzerten des Spielplans,
- partizipative Projekte aller Art für Kinder, Jugendliche, Familien und hochbetagte Menschen,
- Inklusions- und Generationenprojekte,
- auf spezielle Dialoggruppen ausgerichtete Konzerte (→ Stibi: 361; vgl. auch Wimmer 2005),
- Kinderoper (vgl. Plank-Baldauf 2015),
- Führungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten,
- Veröffentlichungen diverser Medien,
- digitale Vermittlungsformate (→ Nell: 427),
- Communityprojekte (→ Stibi: 197),
- Jugendclubs,
- Komponierwerkstätten,
- Kinderorchester oder andere Begabtenförderungen,
- Fortbildungen für Multiplikator_innen,
- berufskundliche Projekte.

Die genannten Formate können zum Verständnis der Kunstform Oper, zu künstlerischen (Selbst-)Bildungsprozessen der Teilnehmer_innen, zum Imagegewinn des Opernhauses und zur Publikumsgewinnung und -bindung beitragen. Die spezifischen Chancen der Vermittlungsaktivitäten von Werken des Musiktheaters liegen in der Bedingtheit von Musik und Szene zueinander. Hier kann der Zugang sowohl über das Narrativ, insbesondere über die Einfühlung in die Figuren und ihre Konstellationen, als auch über die Musik und über das Verhältnis von Musik und Szene zueinander erfolgen. In gewisser Weise ist die Vermittlungsarbeit von Musiktheater gegenüber derjenigen des Konzerts leichter zu bewerkstelligen, da sie, anders als die für Lai_innen schwer in Worte zu fassende auditive Kunstform absoluter Musik, durch die sichtbare

3 Vgl. www.musiktheaterpaedagogik.de [20.05.2023].

Darstellung von Szenen hilfreiche Anker für die Vermittlungsarbeit bietet. Gleichzeitig stellt die komplexe Kunstform Oper die Vermittler_innen vor methodisch-didaktische Herausforderungen, da mehrere Kunstformen, die einander bedingen, parallel vermittelt werden müssen. Der Erfolg der *Szenischen Interpretation* von Musik und Theater (vgl. Brinkmann et al. 2022) liegt sicherlich auch darin begründet, dass dieses das einzige methodische Konzept ist, welches Musiktheatervermittler_innen in ihrem komplexen Tun gezielt unterstützt. Das Methodenkonzept wurde im universitären Rahmen entwickelt, wurde und wird dort beforscht und ist in der Schule, in der Vermittlungsarbeit im Opernhaus sowie in soziokulturellen Zentren vielfach erprobt.

Es ist davon auszugehen, dass der Vermittlungsbedarf an Opernhäusern rasant wächst, da wegen des eklatanten Mangels an pädagogischem Fachpersonal vor allem im Primarbereich (vgl. Kultusministerkonferenz 2022) durch eigene Vermittlungsaktivitäten gegengesteuert werden muss (vgl. kritisch hierzu Voit 2018a: 9). Hinzu kommen neben der zunehmenden Diversifizierung der Bevölkerung auch das sich durch die Corona-Pandemie und durch andere (digitale) Beschäftigungsmöglichkeiten grundsätzlich verändernde Freizeitverhalten der Bevölkerung, was sich aktuell an den starken Einbrüchen bei Abonnement-Abschlüssen und weltweit geringeren Ticketverkäufen an Opern- und Konzerthäusern zeigt, sowie aktuelle Sorgen angesichts von Inflation und Krieg, die den Weg in eine Kulturveranstaltung konventionellen Stils erschweren (vgl. Renz/Allmanritter 2022). Ob und auf welche Weise sich diese Entwicklung auch in Aufführungen experimentellen oder popkulturellen Musiktheaters darstellt, muss beobachtet werden. Zudem wird die Frage, wie sich Opernhäuser in der mit aller Kraft abzuwendenden Klimakatastrophe bestmöglich verhalten sollen, auch für die bidirektional verstandene musiktheatervermittelnde Arbeit von jetzt an von größter Bedeutung sein.

Um all diese Ziele zu erreichen und den unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden, müssen Musiktheatervermittler_innen sehr gut und vielseitig ausgebildet sein. Dazu müssen an Musikhochschulen und Universitäten dringend Bachelor- und (Weiterbildungs-)Masterstudiengänge eingerichtet werden. Die Entlohnung von Musiktheatervermittler_innen sollte ihren Aufgaben entsprechend angepasst und tarifvertraglich geregelt werden. Eine Kopplung an die Gage der Position der Konzertmeister_innen im Orchester steht als Vorschlag im Raum. Darüber hinaus ist es geboten, dass die Träger von Opernhäusern, also Länder und Kommunen (vgl. Deutscher Städte- und Gemeindebund 2021), durch die Gestaltung der Intendanzverträge und Zuwendungsbedingungen der musiktheatervermittelnden Arbeit auch strukturell mehr Bedeutung geben (vgl. ASSITEJ o.J.) oder sogar den Mut aufbringen, Musiktheatervermittler_innen zu Intendant_innen zu machen.

