

# Musikvermittlung zwischen Einmaligkeit und Nachhaltigkeit

---

Johanna Ludwig

Musikvermittlung findet kontext- und situationsbezogen statt. Menschen, Orte und Rahmenbedingungen werden zur Ausgangslage für eine individuelle oder gemeinschaftliche Auseinandersetzung mit Musik. Die Einmaligkeit, Unwiederholbarkeit und Unübertragbarkeit ist bis zu einem gewissen Grad Kennzeichen von Musikvermittlung als Teildisziplin ästhetischer Bildung:

»Es ist das Besondere der ästhetischen Erfahrung, dass sie an eine Welt gebunden ist, die sich nicht vollständig in Routine, Alltag, Selbstverständlichkeit auflösen lässt, sondern immer und genuin auch durch Fremdheit, Andersheit, Unverfügbarkeit gekennzeichnet ist.« (Liebau 2010: 15)

Besonders gestaltete Konzerte, Einführungen oder partizipativ angelegte Musikvermittlungsprojekte finden oft zeitlich begrenzt und in sich abgeschlossen statt. Beziehen sie sich inhaltlich auf Programme von Konzerten, Festivals oder anderen Anlässen, ist konzeptionell und organisatorisch bereits eine Einmaligkeit vorgezeichnet. Sie flankieren Curricula von Bildungsinstitutionen, reichern diese an oder setzen sich von ihnen ab. Dabei kann es sich um einmalige Begegnungen handeln oder um eine Einbettung des Besonderen ins Alltägliche, etwa bei Initiativen wie dem langfristig angelegten Projekt *Kulturagenten für kreative Schulen*<sup>1</sup>.

Während das oben angeführte Zitat unterstreicht, dass das Agieren abseits von Gewohntem und regelmäßigen Strukturen der ästhetischen Erfahrung immanent ist, werden gleichzeitig Forderungen nach Nachhaltigkeit immer lauter – sowohl von innen heraus als Wunsch der Kulturakteur\_innen und -institutionen nach langfristiger Wirkung

---

1 Eine Initiative der Kulturstiftung des Bundes und der Stiftung Mercator in Deutschland, vgl.: [www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/erbe\\_und\\_vermittlung/detail/kulturagenten\\_fuer\\_kreative\\_schulen.html](https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/erbe_und_vermittlung/detail/kulturagenten_fuer_kreative_schulen.html) [12.07.2023]. Das Schweizer Pendant *Kulturagent.innen Schweiz* wird von der Stiftung Mercator in Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Kantonen und dem Verein Kulturvermittlung Schweiz durchgeführt, vgl. [www.kulturagent-innen.ch/de/info](https://www.kulturagent-innen.ch/de/info) [12.07.2023].

der eigenen Arbeit als auch von außen als Rechtfertigungs- und Qualitätsmerkmal seitens Geldgeber\_innen und Politik. Weil beide Begriffe – ›Einmaligkeit‹ und ›Nachhaltigkeit‹ – mit vielfältigen Bedeutungen und Zuschreibungen aufgeladen werden, lohnt es sich, dieses Spannungsfeld in seinen unterschiedlichen Facetten zu beleuchten.

## Nachhaltigkeit: Lang anhaltende Wirkung

»Heute ist Nachhaltigkeit überall in den gesellschaftlichen Diskursen präsent. Zahlreiche Institutionen, Unternehmen, Organisationen und öffentliche Einrichtungen beziehen sich positiv auf Nachhaltigkeit als einen zentralen Wert und als eine Leitlinie des Handelns. Im Verlauf dieser Entwicklung hat sich das, was unter ›Nachhaltigkeit‹ jeweils verstanden wird, mit recht unterschiedlichen Perspektiven und Interessen angereichert. Mitunter werden sehr gegensätzliche gesellschaftliche Vorstellungen mit demselben Begriff der Nachhaltigkeit belegt.« (Neckel 2018: 12)

In einer ersten Definition meint Nachhaltigkeit nicht mehr als eine lang »anhaltende Wirkung« (Dudenredaktion o.J.: o.S.) Diese soll in Bezug auf Musikvermittlung zunächst auf einer individuellen inhaltlichen Ebene betrachtet werden: Je nachhaltiger ein Projekt, desto länger anhaltend die Wirkung auf die Teilnehmenden, könnte die These lauten. Nachhaltige Wirkung wird dabei, wie oben beschrieben, positiv gewertet und gleichgesetzt mit Qualität im Sinne von Güte. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die Wirkungsforschung einen großen Anteil der Forschungsaktivitäten in der Kulturellen Bildung darstellt (vgl. Unterberg 2018: 42). Lisa Unterberg hat umfassend dargelegt, wie vielfältig die Konzepte und Verständnisse von Qualität sind, die in der Kulturellen Bildung zur Anwendung kommen und herausgearbeitet, dass es »keine allgemein anerkannte Definition für ›Qualität‹« (ebd.: 39) gibt. Im Hinblick darauf, wie den Besonderheiten im Bildungssektor Rechnung getragen werden kann, fragt sie: »Mit welcher Idee von Qualität lassen sich pädagogische Prozesse und Institutionen überhaupt betrachten?« (2018: 40) und führt Harvey und Greens Idee von Qualität als Transformation ein:

»Anders als bei anderen Dienstleistungen, bei denen der Dienstleister etwas *für* den Konsumenten tut, vollziehen Bildungsentwicklungen etwas *am* Konsumenten. Dieser Prozess der Transformation ist notwendigerweise immer ein je besonderes, ausgehandeltes Geschehen.« (Harvey/Green zit.n. Unterberg 2018: 38)

Transformationsprozesse (→ Röbke: 238) bei Individuen seien jedoch, so Unterberg, kaum quantitativ zu erfassen (vgl. ebd.: 40). Ob die angestrebte Wirkung von Projekten beim Individuum durch ein einmaliges Initiationserlebnis oder durch eine wiederkehrende Beschäftigung oder Begegnung ausgelöst wird, lässt der Begriff der ›Nachhaltigkeit‹ in seiner ersten Bedeutung ebenfalls offen. Ob die Teilnahme an einem einmaligen Projekt, bei dem beispielsweise Jugendliche die bestärkende Erfahrung gemacht haben, auf einer Bühne zu stehen, etwas von sich zu zeigen und dafür Bestätigung, Bewunderung und Applaus entgegenzunehmen, über die Dauer des Projektes

hinaus eine Auswirkung auf ihre weitere Entwicklung hat, wird weder beobachtet, noch ist es messbar. Prominentes Beispiel für ein Projekt, das sich zum Ziel setzt, nachhaltige Veränderungsprozesse durch künstlerische Prozesse anzustoßen, ist *Rhythm Is It!* der Berliner Philharmoniker aus dem Jahr 2003. Ob der im Untertitel selbst formulierte Anspruch »You can change your life in a dance class« (Grube/Sánchez Lansch 2004) tatsächlich eingelöst werden konnte, legt die filmische Dokumentation zwar durch Aussagen einzelner Jugendlicher nahe, bleibt aber letztlich offen.

## Langfristige Wirkung auf die Publikumsbindung und -entwicklung

Nicht nur hinsichtlich der Wirkung auf die Beteiligten, sondern auch aufseiten der durchführenden Institutionen spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle hinsichtlich einer Entwicklung der eigenen Publika und der dafür angewendeten Strategien des Audience Development.

»Im Unterschied zum klassischen Marketing, das v.a. auf die quantitative Erhöhung von Besucherzahlen zielt, kann Audience Development auch die qualitative, nachhaltige Entwicklung von Publikum zum Ziel haben, sowohl in Hinblick auf die soziodemografische Zusammensetzung wie in Hinblick auf die Qualität der Erfahrungen der Nutzer/-innen und die Bildungswirkungen der Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur.« (Mandel 2016a: 20)

Nachhaltigkeit von Musikvermittlung an ihren Schnittstellen zum Audience Development (→ Mandel: 353) ist Beziehungsarbeit, die eine längerfristige Publikumsbindung anstrebt. Um eine solche bemühen sich Konzerthäuser, indem sie Musikvermittlungsangebote so konzipieren, dass Kinder mit dem Programm mitwachsen, weil es ein lückenloses Angebot für alle Altersstufen gibt, oder indem sie regelmäßige Formate wie Mitspielensembles, Hörclubs, Botschafterprogramme oder Patenschaftsmodelle ins Leben rufen. Vermittlungsangebote dieser Art schaffen Wiederholungsanlässe und verfolgen das Ziel einer musikalischen Alphabetisierung und Habitualisierung des Konzertbesuchs. Sie haben affirmierenden Charakter (→ Müller-Brozović: 261) und dienen der emotionalen Bindung von (neuen) Publikumsgruppen an eine Institution oder einen Veranstalter (vgl. Mörsch 2012). Für eine gezielte Auswertung von Daten zu Marketingzwecken, um mehr über die Wirkung von wiederkehrenden Angeboten auf die weitere Nutzung kultureller Angebote zu erfahren, fehlt vielen Häusern die Datengrundlage.

## Einmaligkeit: Zwischen Event und Ereignis

Die inflationäre Verwendung des positiv konnotierten Begriffs der »Nachhaltigkeit« mag zur Folge haben, dass allem Einmaligen und Momentbezogenen zuweilen ein negativer Beiklang anhaftet. Vor allem das »Event« wird zum Schlüsselbegriff einer kurzfristig denkenden und handelnden Erlebnisgesellschaft. Während »Nachhaltigkeit« mit »Erfahrung« in Verbindung gebracht wird, bilden »Event« und »Erlebnis« ein Begriffspaar: »Erlebnis

und Ereignisse springen aus Zeit und Raum, während Erfahrungen auf Kontinuität und Selbstreflexion bauen« (Wagner 2002: 36). Merkmale des Events sind Inszenierung, Interaktivität und Multisensorik, sein Ziel ist die Erzeugung eines Wir-Gefühls (vgl. Rück 2018):

»Veranstaltungen, die von ihren Organisatoren als ›Event‹ angepriesen werden, nehmen allerorten an Zahl und Bedeutung zu [...]. Und nicht zuletzt wird die Chance auf Effervescenz, d.h. auf Gemeinsamkeits- und Gemeinschaftsseligkeit, zu einem relevanten Faktor der Integration der vielen Einzelnen in die Stadtgesellschaft des 21. Jh.s.« (Pfadenhauer 2013: o.S.).

Tage der offenen Tür, choreografierte Aufführungen mit vielen Beteiligten, Musikvermittlungsformate im Fernsehen oder Flashmobs sind Beispiele für Musikvermittlung mit eventhaftem Charakter, die darauf abzielen, Sichtbarkeit zu schaffen, und in Zeiten von sinkenden Besucher\_innen-Zahlen und Publikumsüberalterung mit der teuren Währung der Aufmerksamkeit spielen. Veranstaltungen und Projekte mit Event-Charakter bewegen sich an der Schnittstelle von Musikvermittlung und Audience Development und können auch mit dem Ziel angeboten werden, für eine vertiefte Beschäftigung zu werben. Wenn das Eventhafte die kontinuierliche Kulturarbeit flankiert, kann es sogar selbst nachhaltige Wirkung entfalten:

»Wichtiger als alle Festivals und Jahrestagsfeierlichkeiten ist ein Kontinuum von Kulturarbeit, auf deren Grundlage erst Höhepunktveranstaltungen auch für die Bevölkerung des Ortes eine Bedeutung entwickeln können, die über das punktuelle Ereignis hinausreicht.« (Wagner 2002: 37)

Das Event kann die Bevölkerung eines Ortes als zusammengehörige Gemeinschaft konstituieren und bestätigen. Wer sich jedoch unter dem Dach eines inszenierten Events versammeln kann und will, wird marketing-strategisch präzise kalkuliert, was Ansprüchen an Inklusion und Teilhabegerechtigkeit entgegenstehen kann.

Ganz anders gelagert ist eine Perspektive auf Einmaligkeit, die sich aus dem philosophischen Begriff des ›Ereignisses‹ herleitet. Im Gegensatz zum Event ist dem Ereignis eigen, dass es nicht-planbar und unverfügbar ist (vgl. Krause-Benz 2016: 74). Musiklehrer\_innen oder -vermittler\_innen agieren selbst als Zeug\_innen von der Nicht-Fassbarkeit von Musik und versuchen Vermittlungssituationen so offen zu gestalten, dass Musik sich ereignet, die Teilnehmenden also Musik als intensiven Moment erleben können, der ihnen widerfährt<sup>2</sup>. Musikvermittler\_innen schaffen Rahmenbedingungen, unter denen der »Modus des Hörens und Empfindens« (Schneider 2016: 97) sich grundlegend ändert und geben Raum für Präsenzerfahrungen, die das Leben der Hörer\_innen nachhaltig verändern können (vgl. Hirsch 2016: 45). Einmaligkeit und Nachhaltigkeit sind also nicht nur gegensätzliche Pole, sondern bedingen und beeinflussen einander gegenseitig.

2 Markus Hirsch spricht vom »Wider-fahrnis«. Vermittler\_innen können sensibel sein für Widerfahrnisse, begünstigende Rahmenbedingungen schaffen und ihnen Raum geben, wenn sie sich ereignen, indem sie gewähren lassen, statt zu kontrollieren (vgl. 2016: 38).

## Musikvermittlung im Sinne eines umfassenden Nachhaltigkeitsbegriffs

Dass die Frage der Nachhaltigkeit nicht zwangsläufig an die Dauer oder Häufigkeit eines Angebots geknüpft ist, sei hier an einem Beispiel aus der Kinderliteratur in ein Bild gefasst: In *Steinsuppe* von Anäis Vaugelade klopft eines Abends der Wolf an die Tür der Henne und bittet um Einlass. Er wolle Steinsuppe kochen. Die Henne sorgt sich, ist aber so neugierig, dass sie ihn hereinbittet und sich den Stein zeigen lässt, den er in seinem Bündel dabei hat. Sie erhitzen Wasser im Kessel und legen den Stein hinein. Nach und nach kommen andere Tiere hinzu, die sich gefragt haben, was der Wolf im Haus der Henne macht und sich, als sie es hören, sogleich beeilen, um Gemüse zu holen, das der Suppe »einen gewissen Geschmack« (Vaugelade 2001: o.S.) gibt. Die Geschichte endet mit einem fröhlichen Festmahl bei Wein und Suppe vor dem Feuer. Unvermittelt steht der Wolf, nachdem er gegessen hat, auf und verlässt die Gesellschaft mit dem Stein im Gepäck. Auf die Frage, wohin er gehe und ob er wiederkomme, gibt er keine Antwort. Er hinterlässt jedoch eine Gruppe von Tieren, die durch das Ereignis zu einer Gemeinschaft geworden ist (vgl. Vaugelade 2001). Übertragen auf das Verhältnis von Einmaligkeit und Nachhaltigkeit kann die Geschichte als Modell fungieren, wie Musikvermittlung Anlässe so gestaltet, dass sie weiterwirken, ohne dass die Initiator\_innen den Prozess weiterbegleiten. Die Verantwortung für die Beziehungen, die durch ein Projekt oder eine gemeinsam geplante Veranstaltung entstanden sind, werden an die Mitwirkenden übertragen. Das Modell trägt dem Begriff der »Nachhaltigkeit« in seiner zweiten, umfassenden Bedeutung Rechnung, im Sinne eines »auf Zukunft gerichtete[n] Konzept[s], das in der Gegenwart wirksam werden soll« (Neckel 2018: 12).

## Nachhaltigkeit als Handlungsdevise für kulturellen Wandel

Erstmals 1713 in Bezug auf die Forstwirtschaft formuliert (vgl. Carlowitz: 2009), gewann der Begriff der »Nachhaltigkeit« in den 1970er Jahren durch steigende Umweltverschmutzung und Ressourcenknappheit neue Bedeutung. Nachhaltigkeit wird als Handlungsdevise für einen Umgang mit begrenzten Ressourcen diskutiert, der die Befriedigung der Bedürfnisse zukünftiger Generationen sichert. Der Begriff der »Nachhaltigkeit« fußt auf den drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales, die als Zielbündel gleichbedeutend fungieren. Doch bereits vor der Etablierung des Drei-Säulen-Modells wurde ein umfassender Paradigmenwechsel gefordert, der auch die kulturelle Dimension mit einbezieht (vgl. Leipprand 2013).

»Entscheidend in diesem Zusammenhang ist die UNESCO-Erklärung zur kulturellen Vielfalt von 2001, die die Vielfalt der Kulturen in ihrer Bedeutung als Ressource für die Zukunft der Menschen mit der biologischen Vielfalt gleichsetzt. Art. 13 der entsprechenden Konvention von 2005 verlangt die »Integration von Kultur in die nachhaltige Entwicklung« (Leipprand 2013: o.S.).

Musikvermittlung erfüllt besonders dann die Ansprüche an Nachhaltigkeit, wenn sie ökologisch bewusst mit Ressourcen umgeht, ökonomische Teilhabegerechtigkeit för-

dert und Kulturelle Bildung wie sozial-gesellschaftliche Ziele gleichermaßen in den Blick nimmt. In diesem Verständnis trägt sie zu einer *Kultur der Nachhaltigkeit* bei, indem sie neben der individuellen Wirkungsebene auf struktureller Ebene Transformationsprozesse anstößt. »Bisher existieren keine Berichte von transformativen Vermittlungsprojekten, die Strukturen tatsächlich nachhaltig verändert haben« (Müller-Brozovic 2017: o.S.), und doch gehen Impulse und Initiativen für eine Veränderung von Machtverhältnissen und einen Abbau von Zugangshürden in Institutionen nicht selten von den Vermittlungsabteilungen aus. Sie schlagen die Brücke in die Gesellschaft, nehmen aktuelle, relevante Themen auf und tragen sie in die traditionellen Strukturen der eigenen Institution hinein (vgl. Petri-Preis 2022a). Die Schnittstellen von Musikvermittlung mit Soziokultur und Stadtentwicklung werden ausgelotet, wenn zum Beispiel die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen ihre Proberäume in eine Gesamtschule im Stadtteil Osterholz-Tenever verlegt oder das Konzerthaus Dortmund durch Community-Music-Angebote versucht, positiv auf das Zusammenleben einer heterogenen Quartiersgesellschaft einzuwirken. Damit solche Ansätze der Musikvermittlung dem Ziel einer nachhaltigen Entwicklung gerecht werden, muss »Partizipation [...] ein Kernelement sein [...]«. Der kulturelle Wandel kann nur als zivilgesellschaftliches Projekt funktionieren« (Leipprand 2013). Teilhabe geht einher mit einer »Teil-Gabe« (Terkessidis 2019: 85) der Akteur\_innen. Sie klopfen an, um im Bild der Steinsuppe zu bleiben, setzen einen Anfang und moderieren den weiteren Prozess. Es entscheiden und gestalten alle Mitwirkenden gemeinsam, das erst gibt der Suppe Geschmack. Als Ausdruck einer solchen machtkritischen und inklusiven Haltung verabschieden Institutionen und Veranstalter\_innen vermehrt Codes of Conduct, investieren in die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Themen rund um Diversität, Transkulturalität und Inklusion oder schaffen Stellen für Kultur- und Diversitätsentwicklung.<sup>3</sup>

## Lernen als Teil einer Strategie für nachhaltige Entwicklung

Wie kann musikvermittelndes Handeln, Arbeiten und Forschen selbst nachhaltig gelingen? Auch hier gibt es Handlungsbedarf auf struktureller Ebene, wie die Umfrage des Netzwerks Junge Ohren zu Arbeitsbedingungen in der Musikvermittlung nahelegt (Educult/Netzwerk Junge Ohren 2020). Erfahrungs- und Wissensschatz von Akteur\_innen können in den Institutionen nicht fruchtbar gemacht werden, wenn Musikvermittlung aufgrund von schlechter Bezahlung und fehlenden Möglichkeiten der Weiterentwicklung und -bildung ein Feld für Berufseinsteiger\_innen bleibt. Auf der inhaltlichen Ebene können iterative Prozesse in der Konzeption sowie regelmäßige Reflexions-, Auswertungs- und Austauschzeiten dazu führen, dass eine Institution zur Lernenden Institution<sup>4</sup> wird, die auf Grundlage der einzelnen kontextbezogenen Erfahrungen

3 Eine groß angelegte Initiative stellt das Förderprogramm 360° – *Fonds für Kulturen der neuen Stadtgesellschaft* der Kulturstiftung des Bundes dar. Als einziges Orchester ist die Deutsche Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz Teil des Programms.

4 In Anlehnung an den Begriff der »Lernenden Organisation«, der auf Peter M. Senge zurückgeht (2017). Im Sinne eines kritischen Umgangs mit einem marktentlehnten Qualitätsbegriff wird der

den Schritt zu tatsächlich strukturellem Wandel und sich veränderndem Selbstbild vollziehen kann. Dafür bedarf es Zeit für Reflexion und Dokumentation, die dem Erkenntnisgewinn dienen und zu einer Weiterentwicklung führen, statt Wirkungs- und Evaluationsstudien, die externe Interessen befriedigen und inhaltsleer bleiben (vgl. Unterberg 2018: 42). Diese Lernprozesse geschehen in engem Kontakt mit den diversen adressierten Gruppen, die dadurch von Empfänger\_innen eines einmaligen Angebots oder Projektes zu Gesprächspartner\_innen für einen gemeinsam gestalteten Weg auf Augenhöhe werden. Neben dem Aspekt der Partizipation ist dabei auch Vernetzung und Kooperation von großer Wichtigkeit:

»Wenn kulturelle Bildung jedoch eine ernstzunehmende Rolle im Nachhaltigkeitsdiskurs einnehmen und Transformationsprozesse im Sinne einer nachhaltigen und zugleich lebenswerten Gestaltung der Welt anstoßen und beflügeln will, wird sie zum einen in einem anderen Maße als bisher strategische Allianzen mit anderen Akteur\_innen eingehen und sich aus einer oftmals selbst gewählten Verinselung lösen müssen – ohne Abstand vom ›Eigensinn‹ künstlerischen und kreativen Tuns zu nehmen.« (Sommer 2021: o.S.)

Dies geschieht, wo Kulturinstitutionen und Künstler\_innen sich mit Quartiervereinen, Bildungseinrichtungen und gemeinnützigen Organisationen vor Ort vernetzen und strukturelle Veränderungsprozesse hin zu einer inklusiveren und teilhabegerechteren Gesellschaft initiieren. In den Vermittlungssituationen selbst werden individuelle Transformations- und Veränderungsprozesse dort ermöglicht, wo Musikvermittler\_innen Erfahrungen von Präsenz und Ereignis begünstigen und ihnen Raum geben, damit sie in die Zukunft wirken können.

Ob das gelingen kann, ist nicht zuletzt eine Frage der Finanzierung. Häufig werden Vermittlungsprogramme und kulturelle Projektarbeit aus externen Fördertöpfen bezahlt. Stiftungen (→ Benazzouz: 161), Sponsoren und private Förderer sagen Anschubfinanzierungen für Projekte mit Innovationspotential, entsprechender Visibilität und Breitenwirksamkeit zu und ziehen sich nach Abschluss eines Projektes oder nach einem Zeitraum von wenigen Jahren daraus zurück. Der Wettbewerb um finanzielle Mittel steht einer langfristigen Vernetzung diverser Akteur\_innen entgegen, fördert sogar die Darstellung von Alleinstellungsmerkmalen und die Positionierung von Einzelnen. Die Nicht-Planbarkeit von Ereignishaftem in Vermittlungssituationen ist ein manchmal schwer zu rechtfertigendes Risiko. Es findet jedoch, nicht zuletzt ausgelöst durch die Folgen der Corona-Pandemie auf die Kultur, ein Umdenken statt. Stiftungen und Geldgeber\_innen schreiben gezielte Förderprogramme für Transformationsprozesse aus, die strukturelle Veränderungen ebenfalls in den Blick nehmen, oder entwickeln neue Förderprogramme mit partizipativen und iterativen Methoden<sup>5</sup> gemeinsam mit Akteur\_innen und Institutionen, die Raum zum Experimentieren lassen. Grundsätzlich

---

Terminus der ›Lernenden Institution‹ an dieser Stelle nicht nach marktwirtschaftlichen Management-Gesichtspunkten verwendet.

5 Beispiele sind Open Calls, mehrstufige Auswahlverfahren oder Workshop- und Austauschformate mit Kulturschaffenden vor, während und nach Ausschreibungen, die den Geldgeber\_innen dazu dienen, die nachhaltige Wirksamkeit der eigenen Förderprogramme regelmäßig kritisch zu hin-

zielen temporäre Finanzierungsmodelle bzw. Projektförderungen aber immer auf abschließbare Prozesse ab. Die Frage nach Nachhaltigkeit muss also auch eine kritische Befragung von Finanzierungsstrukturen einschließen.

Im Spannungsfeld zwischen Einmaligkeit und Nachhaltigkeit kann Musikvermittlung einerseits Anlässe für ästhetische Erfahrungen schaffen, die sich jeweils situationsbezogen ereignen und nicht messbar sind. Andererseits kann sie mit langfristig angelegten partizipativen Projekten Strukturen festigen, die eine kontinuierliche Entwicklungsarbeit begünstigen mit der Vision von einer Gesellschaft, die sich ökonomisch, ökologisch, sozial und kulturell auf ihre Ressourcen besinnt und diese zu einem tragfähigen Boden für die Zukunft ausbaut. Einmaligkeit und Nachhaltigkeit sind prägnante Tendenzen des 21. Jahrhunderts und Ausdruck des Übergangs einer auf Wachstum gerichteten Gesellschaft hin zu einer Ausrichtung auf einen ressourcenschonenden Umgang und die Suche nach einem guten und gelingenden Leben. Musikvermittlung bewegt sich zwischen diesen Polen, die sich mal gegensätzlich, mal einander bedingend und befruchtend zeigen können.

---

terfragen und an die Realitäten anzupassen, vgl. z.B. [www.stiftung-mercator.ch/wie-wir-arbeiten](http://www.stiftung-mercator.ch/wie-wir-arbeiten) [12.07.2023].