

Dialoggruppen der Musikvermittlung

Joshua Shippling & Johannes Voit

Waren in Renaissance und Barock die Adressat_innen-Kreise von Musikdarbietungen noch weitgehend durch den jeweiligen Kontext definiert, so machte die Etablierung des öffentlichen Konzertwesens im 18. Jahrhundert durch »die Freisetzung von höfischen oder kirchlichen Funktionsbestimmungen, d.h. de[n] Fortfall allgemeinverbindlicher, auch das musikalische Verhalten regulierender Lenkungsinstanzen [...] das Publikum und dessen Hörverhalten zu einem diskussionsbedürftigen Problem« (Sponheuer 1996: 32). Bereits das damals beliebte Format der *Konzerte für Kenner und Liebhaber* (→ Voit: 67) verweist auf zwei verschiedene Gruppen von Adressat_innen, deren Bedürfnisse bei der Konzeption von Konzertveranstaltungen mehr oder weniger berücksichtigt wurden, wenngleich von einer Zielgruppenorientierung im heutigen Sinne freilich noch keine Rede sein konnte. Auch wurden viele der heute für die Musikvermittlung selbstverständlichen Adressat_innen – beispielsweise Kinder – nicht mitgedacht, wie der Hinweis »Children cannot be admitted« (zit.n. Wimmer 2011: 9) in einer Londoner Konzertankündigung aus dem Jahr 1789 unmissverständlich deutlich macht.

Heute stellt der Wunsch, auch Adressat_innen mit eingeschränktem Zugang zum (klassischen) Konzertbetrieb kulturelle Teilhabe zu ermöglichen, ein zentrales Anliegen vieler Akteur_innen der Musikvermittlung dar (→ Voit: 40) und schlägt sich – verstärkt seit dem sprunghaften Anstieg von Musikvermittlungsaktivitäten um die Wende zum 21. Jahrhundert – in einer »Tendenz zur Ausdifferenzierung der Formate und Zielgruppen« (Voit 2019a: 116) nieder. Die gezielte Entwicklung kultureller Angebote für minorisierte Gruppen (u.a. Kinder, Menschen im vierten Lebensalter, Geflüchtete) unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Bedürfnisse stellt einerseits zweifelsohne eine begrüßenswerte Entwicklung dar, ist sie doch Ausdruck eines gewandelten Selbstverständnisses von Kultureinrichtungen, die nicht mehr nur ein bildungsbürgerliches »Kernpublikum« adressieren möchten. Andererseits weist Carmen Mörsch kritisch darauf hin, dass es sich bei »der Definition von Zielgruppen entlang soziodemografischer Marker [...] um ein Instrument aus der Marktforschung« handelt, das der Musikvermittlung implizit »die Rolle einer Anbieter*in von Waren oder Dienstleistungen«, den Adressat_innen die Rolle von »Kund*innen beziehungsweise Konsument*innen« (2018: 2) zuweise. Solche Definitionen seien auch deshalb problematisch, weil sie die Tendenz hätten, »gegenüber der Komplexität, Vieldeutigkeit und Dynamik von Gesellschaft konservativ und vereinfachend zu

sein« und bisweilen »Zuschreibungen von Defiziten enthalten« (ebd.: 2). So setzten etwa Kategorien wie ›bildungsfern‹ oder ›kulturfern‹ »unhinterfragt voraus, dass geklärt ist, was ›Bildung‹ und ›Kultur‹ jeweils bedeuten, wer sie hat und wer sie nicht hat. Angebote für auf diese Weise definierte Zielgruppen laufen Gefahr, die Ungleichheit, die durch sie eigentlich bekämpft werden soll, zu verstärken« (ebd.: 2; vgl. auch Ribolits 2011). Angesichts der fortschreitenden Zielgruppenorientierung in der Musikvermittlung wäre daher jeweils im Einzelfall zu fragen, inwieweit sie lediglich Ausdruck eines Wunsches ist, im Sinne des Audience Development neue Zielgruppen zu erschließen oder ob sie mit dem Bemühen einhergeht, einen diskriminierungsfreien Raum zu schaffen, in dem sich unterschiedliche (insbesondere auch minorisierte) Akteur_innen im Sinne einer Dialoggruppe¹ einbezogen fühlen und in dem wechselseitige Austausch- und Lernprozesse auf Augenhöhe initiiert werden können:

»Unter diesen Vorzeichen wäre sie [die Kulturelle Bildung, Anm. JS/JV] gerade nicht an Marktlogiken gebunden und verfügte über die Freiheit, Risiken einzugehen und sich selbst aufs Spiel zu setzen. Die Nutzer*innen würden nicht als Kund*innen, sondern als aktive Mitgestalter*innen und Diskussionspartner*innen verstanden.« (Mörsch 2018: o.S.)

Im Folgenden wird auf der Basis einer von August bis Dezember 2021 durchgeführten systematischen Auswertung der entsprechenden Online-Verzeichnisse des Deutschen Musikinformationszentrums² ein Überblick über das Spektrum an Dialoggruppen gegeben, für die aktuell von Konzerthäusern, Ensembles für zeitgenössische Musik und Festivals³ in Deutschland (musikvermittelnde) Veranstaltungen angeboten werden.

-
- 1 Auch wenn Musikvermittlung Schnittstellen zum Audience Development aufweist (→ Mandel: 353), verstehen wir sie in erster Linie als künstlerisch-pädagogische Praxis. Im Folgenden verwenden wir daher den Begriff der ›Dialoggruppe‹, der dem Ideal eines auf Gegenseitigkeit beruhenden Vermittlungsprozesses eher zu entsprechen scheint.
 - 2 Im Rahmen der Studie wurden die Einträge aller 37 Konzerthäuser und aller 178 Ensembles für zeitgenössische Musik sowie die Einträge von 297 Festivals (von 631) gesichtet. Bei der Auswertung der Einträge in der Kategorie Ensembles wurde der Schwerpunkt auf Ensembles für zeitgenössische Musik gelegt, da sich bei der Sichtung der Datenbanken zeigte, dass diese über ein besonders vielfältiges Angebot im Bereich Musikvermittlung verfügen.
 - 3 Es handelt sich somit nicht um eine repräsentative Darstellung der von *allen* Akteur_innen adressierten Dialoggruppen, da etwa die Aktivitäten von Ensembles, die nicht im Bereich Neue Musik aktiv sind, ebenso wenig erfasst wurden wie die von Musikvereinen, Musikschulen, Museen etc. Die Beschränkung auf die drei genannten Kategorien erfolgte aus pragmatischen Gründen, da es sich hierbei erstens um zentrale Akteur_innen der Musikvermittlung handelt, die einen Großteil der Musikvermittlungsaktivitäten anbieten, und da zweitens für andere Bereiche keine vergleichbar umfassenden Datenbanken vorliegen.

Differenzierungsmuster der Dialoggruppen	
Dialoggruppe	Differenzierungsmuster
Babys und Kleinkinder	▪ Konkrete Altersspanne (z.B. 0–2 Jahre)
Kinder im Kindergartenalter	▪ Mindestalter (z.B. ab 3 Jahren) ▪ Konkrete Altersspanne (z.B. 3–5 Jahre) ▪ Begleitpersonen bzw. -institutionen (z.B. Kindergarten, Eltern)
Kinder im Grundschulalter	▪ Mindestalter (z.B. ab 13 Jahren) ▪ Mindestklassenstufe (z.B. ab Klasse 3) ▪ Konkrete Klassenstufen (z.B. SuS der Klassen 11–13) ▪ Konkrete Altersspanne (z.B. 8–11 Jahre) ▪ Begleitpersonen bzw. -institutionen (z.B. Schule, Eltern) ▪ Instrumentale Vorerfahrungen (z.B. für Geigenschüler_innen)
Jugendliche	
Erwachsene ▪ Junge Erwachsene ▪ Senior_innen	▪ Implizite Altersempfehlung durch spezifisches Kommunikationsdesign ▪ Gesundheitliche Einschränkungen (z.B. Demenz) ▪ Schwangere ▪ Soziodemographische Merkmale (Berufsgruppe, z.B. Lehrer_innen, Komponist_innen; Fluchtgeschichte etc.)

Differenzierung nach dem Heterogenitätsmerkmal Alter

Als zentrales soziodemographisches Merkmal, das von den Akteur_innen zur Ausdifferenzierung ihrer Angebote genutzt wird, konnte im Rahmen der Untersuchung das Alter identifiziert werden. So lässt sich bei den Musikvermittlungsaktivitäten grob zwischen Angeboten für Babys und Kleinkinder, Kinder im Kindergartenalter, Kinder im Grundschulalter, Jugendliche, Erwachsene (teils auch speziell für junge Erwachsene oder Senior_innen) sowie Angeboten ohne Altersangabe unterscheiden. Darüber hinaus ist festzustellen, dass Akteur_innen der Musikvermittlung bei der Ansprache von jungem Publikum (Kinder, Jugendliche) dazu tendieren, die Dialoggruppen stärker altersbezogen auszdifferenzieren, was angesichts der rasanten Entwicklung musikbezogener Fähigkeiten im Kindesalter (vgl. Gembris 2002: 276–287) sowie musikalischer Präferenzen im zweiten Lebensjahrzehnt (vgl. ebd.: 335f.) auch sinnvoll erscheint. So gilt es gerade bei Vermittlungsformaten für Kinder, die jeweiligen altersbedingten Voraussetzungen zu berücksichtigen, wie Barbara Stiller betont:

»Insbesondere das kindliche Publikum bedarf altersgerechter Vermittlungsinhalte und -instrumentarien, um die musikalische Materie mit allen Sinnen vertiefend erleben und kommunizieren zu können.« (Stiller 2008: 96)

Dies wird z.B. bei Kinderkonzerten üblicherweise »durch die Länge, die Dramaturgie und Musikauswahl, die Gestaltung der Räumlichkeit sowie die Einbeziehung narrativer, szenischer, erklärender und/oder interaktiver Elemente« (Voit 2019a: 115) realisiert.

Eine weitere Besonderheit der Dialoggruppen Kinder und Jugendliche besteht darin, dass sie in der Regel nicht direkt adressiert, sondern über die jeweilige Begleitperson oder -institution angesprochen werden, also in erster Linie die Eltern oder die Schule (vgl. Keuchel/Larue 2012: 65). Diese stellen in gewisser Weise zusätzliche Dialoggruppen dar, die für Akteur_innen der Musikvermittlung durchaus bedeutsam sein können. So haben viele Kultureinrichtungen ein Interesse daran, Schulen als Kooperationspartner zu gewinnen, »bieten sie doch die unter pädagogischen, sozialen und/oder merkantilistischen Gesichtspunkten willkommene Möglichkeit, nicht nur das ohnehin konzertaffine Bildungsbürgertum, sondern einen Querschnitt der Gesellschaft zu erreichen« (Voit 2018a: 8; vgl. auch Möslinger/Sticklies 2011: 217). Dieses Interesse schlägt sich teils in ausdifferenzierten Vermittlungsformaten für Schüler_innen nieder, die mitunter durch gezielte Angebote für Lehrkräfte (Fortbildungen, Workshops etc.) flankiert werden. Auch Eltern, die in vielen Ausschreibungen von Vermittlungsangeboten für junges Publikum adressiert werden, können eine – gewissermaßen verdeckte – zweite Dialoggruppe darstellen. Besonders trifft dies auf Outreach-Angebote (→ Stibi: 197) für Babys und Kleinkinder zu. So ermöglicht beispielsweise die Kölner Philharmonie mit ihrer Kinderkonzert-Reihe *PhilharmonieVeedel* (Baby für 0- bis 2-Jährige; Pänz ab 2) in dezentralen Bürgerzentren jungen Familien einen gemeinsamen Konzertbesuch in unmittelbarer Nähe zu ihrem Wohnort. Sie versucht damit auch der bei jungen Erwachsenen in der Phase der Familiengründung und den damit verbundenen Prioritätenverschiebungen teils »radikalen Abnahme« (Renz 2016: 215) an Kulturbesuchsaktivitäten entgegenzuwirken, damit diese dem Konzerthaus als Dialoggruppe nicht verloren gehen. Einen Sonderfall, bei dem Kinder und Erwachsene gleichermaßen als Dialoggruppen adressiert werden, stellen spezielle Familienkonzerte dar, bei denen Kinder in Einführungsveranstaltungen auf altersgerechte Weise mit der im Konzert gespielten Musik vertraut gemacht werden, während »die Erwachsenen eine Konzerthälfte alleine genießen« (Allwardt 2017: 4), ehe alle gemeinsam die zweite Konzerthälfte besuchen.

Ein Problem bei der mitunter sehr kleinteiligen altersbezogenen Ausdifferenzierung von Angeboten für Kinder besteht darin, dass etwa bei einer Mindestaltersangabe (z.B. *Für Familien mit Kindern ab sechs Jahren*) jüngere Geschwisterkinder von entsprechenden Veranstaltungen ausgeschlossen werden. Es ist offensichtlich, dass dies für viele Familien nicht sehr praktikabel ist, müssen doch erst Kinderbetreuungsmaßnahmen organisiert werden, um an entsprechenden Formaten partizipieren zu können. Allerdings lässt sich beobachten, dass durchaus »bei Familienkonzerten [...] auch Kleinkinder oder solche im Vorschulalter mitgebracht werden« (Lüdke 2011: 63), wodurch die Bemühungen zur altersgerechten Gestaltung der Vermittlungsformate letztlich konterkariert werden.⁴

Ein weiteres Problem besteht im Falle der Ansprache über die Eltern – im Gegensatz zu Kindergarten oder Schule – in der sozialen Selektion, die sich aus dem Umstand ergibt, dass Konzertveranstalter über ihre Kommunikationskanäle in der Regel nur das

4 Um diesem Problem zu begegnen, bieten Akteur_innen der Musikvermittlung teilweise selbst Betreuungsmaßnahmen bei Familienkonzerten an, bei denen »kleinere (Geschwister-)Kinder [...] während des gesamten Konzerts von erfahrenen Pädagogen im Foyer betreut« (Allwardt 2017: 4) werden.

ohnehin bereits konzertaffine Publikum erreichen. So haben, wenig überraschend, »Eltern, die mit ihren Kindern in Konzerte gehen [...] oftmals auch ein Abonnement des selben [sic!] Konzertveranstalters« (Aicher 2006: 77).

Bei der Dialoggruppe Erwachsene samt ihren Untergruppen (junge Erwachsene, Senior_innen) zeigt sich in Bezug auf die altersbezogene Ausdifferenzierung ein weitaus geringerer Stellenwert als bei Kindern und Jugendlichen. Zudem fällt auf, dass hier eine altersbezogene Ausdifferenzierung nur selten in Form von expliziten Altersangaben, sondern meist in impliziter Form durch ein altersspezifisches Kommunikationsdesign erfolgt. So werden Angebote für junge Erwachsene wie die Konzert- und Partyreihe *tonhalleLATE* des Tonhalle-Orchesters Zürich oftmals mit Texten beworben, die einen juvenilen Sprachduktus aufweisen, beispielsweise durch eine vermehrte Nutzung von Anglizismen (z.B. »classic meets electronic«⁵). Ebenfalls werden häufig bildschirmfüllende Fotos von Party-Szenen verwendet, wobei die eigentliche Bewerbung vorwiegend über Social-Media-Kanäle erfolgt. Ausdrückliche Altersobergrenzen lassen sich hier jedoch nicht finden, sodass Erwachsene im fortgeschrittenen Alter von solchen Angeboten nicht prinzipiell ausgeschlossen werden.

Auch bei Angeboten, die auf die Bedürfnisse von Senior_innen oder Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen zugeschnitten sind, wird häufig auf eine explizite Definition der Dialoggruppe verzichtet, um ein Othering (→ Gaupp: 187) durch stigmatisierende Zuschreibungen von Defiziten zu vermeiden. Zudem gibt es keine zwingenden Gründe, warum Vermittlungsformate, die beispielsweise auf Senior_innen zugeschnitten sind, nicht auch jüngere Besucher_innen ansprechen sollten. Aus dieser Erkenntnis heraus haben beispielsweise die Elbphilharmonie Hamburg und das Ensemble Resonanz die Publikumsansprache ihrer gemeinsamen Konzertreihe *Ferne Klänge*, die sich in erster Linie an Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen richtete, weiterentwickelt, um ein breiteres Publikum anzusprechen. Der Entscheidung vorausgegangen war die Erfahrung, dass die Konzerte, die mit ihrer vergleichsweise kurzen Dauer (ca. eine Stunde), ihrem abwechslungsreichen kammermusikalischen Repertoire und dem intimen Rahmen in kleineren, dezentral organisierten Veranstaltungsorten⁶ auf die Bedürfnisse von Menschen mit Demenz (→ Koch: 437) zugeschnitten sind, auch von anderen Menschen gerne besucht werden. Nun möchte das Format unter dem neuen Namen *Klangzeit* alle Menschen ansprechen, »die sich Erfahrungen mit live gespielter Musik in anderen Zusammenhängen wünschen als im herkömmlichen Konzertbetrieb«⁷. Dabei wird der Fokus auf einen offenen, diskriminierungsfreien Rahmen gelegt, in dem Menschen mit oder ohne gesundheitliche Einschränkungen sich willkommen fühlen, wobei »Träumen und einfach nur da sein ausdrücklich erlaubt« (ebd.) ist. Dadurch soll ein Konzerterlebnis ermöglicht werden, »bei dem die Demenz nicht im Vordergrund steht« (Päßler 2021:

5 Vgl. www.tonhalle-orchester.ch/konzerte/kalender/tonhallelate-1436834 [18.05.2023].

6 Zunächst war die Aufführung der Konzertreihe auf die Laeiszhalle und das Haus im Park beschränkt. Aufgrund der begrenzten Anzahl an Rollstuhlplätzen werden ab der Saison 2020/21 weitere Einrichtungen in Hamburg als Spielorte genutzt, um »auch Menschen mit fortgeschrittener Demenz und für bewegungseingeschränkten [sic!] Personen ein[en] Konzertbesuch« (Päßler 2021: 54) zu ermöglichen.

7 Vgl. www.elbphilharmonie.de/de/programm/klangzeit/18454 [18.05.2023].

56). Interessanterweise wird in den Konzerten der Reihe *Klangzeit* teilweise das gleiche musikalische Programm gespielt wie in den Babykonzerten der Elbphilharmonie, wenn auch mit jeweils unterschiedlichem inszenatorischem und vermittlerischem Konzept. So wird bei den mit Kostümen und Bühnenbild aufwendig gestalteten Babykonzerten beispielsweise das Publikum immer wieder direkt adressiert und ins Geschehen mit- einbezogen, während bei den *Klangzeit*-Konzerten der Fokus uneingeschränkt auf der erklingenden Musik liegt.

Eine Differenzierung des Publikums von Musikvermittlungsveranstaltungen nach anderen soziodemographischen Variablen trat im Rahmen der Untersuchung nur in Einzelfällen zutage, etwa bei Angeboten für bestimmte Berufsgruppen (Lehrer_innen, Komponist_innen), Geflüchtete oder Schwangere.⁸ Dies bedeutet freilich nicht, dass Kultureinrichtungen keine Versuche unternehmen, durch spezielle Vermittlungsangebote sowie ggf. eine gezielte Kommunikationsstrategie und Preisgestaltung gezielt Dialoggruppen mit eingeschränktem Zugang zu kulturellen Angeboten anzusprechen, sei es, um neue Publikumsschichten zu erschließen oder Zugänge für marginalisierte Gruppen zu schaffen. Eine direkte Ansprache wird jedoch – wohl aufgrund der erwähnten Problematik einer Zuschreibung von Defiziten – häufig vermieden. Ob die Mitglieder der jeweiligen Dialoggruppe den Besuch einer Musikveranstaltung dabei lediglich als »paternalistischen Akt der großzügig gewährten Teilnahme bzw. Partizipation« (Josties/Gerards 2020: 5) empfinden oder ob sie »gegenseitige[...] Anerkennung auf Augenhöhe« (ebd.) erfahren, hängt freilich davon ab, ob die Initiative der Institution mit einem ernsthaften Interesse an Begegnung und gegenseitigem Lernen einhergeht, oder ob der Aspekt des Audience Development im Vordergrund steht.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Konzerthäuser, Festivals und Ensembles sich heute der »bereits in den 1970er Jahren von Bourdieu kritisierte[n] Distinktionsfunktion kultureller Einrichtungen« (Mandel 2013a: 5) durchaus bewusst sind und mehr oder weniger große Anstrengungen unternehmen, sich für neue Dialoggruppen zu öffnen. Dabei kommt der Entwicklung (in der Regel altersspezifisch) ausdifferenzierter Vermittlungsangebote große Bedeutung zu. Indem die Veranstalter_innen »die Interessen, Kompetenzen und Bedürfnisse der einzelnen Altersgruppen genauer in den Blick nehmen« (Schneider et al. 2011b: 7), schaffen sie günstige Rahmenbedingungen für musikalisch-ästhetische Erfahrungen ihrer Besucher_innen und leisten dadurch einerseits einen wichtigen Beitrag zur ästhetischen Bildung. Andererseits ist die dialoggruppenspezifische Ausdifferenzierung des Angebots auch Ausdruck des Bestrebens, langfristig neue Publikumsschichten zu erschließen, denn »nur wenn der Rezeptionsprozess zwischen Kunst und Kunstinutzer/Betrachter glückt, wird ein intrinsisches Bedürfnis im einzelnen Nutzer entstehen, Kulturbesuche wiederholen zu wollen« (Mandel 2013a: 5). Nicht zuletzt kann die angebotene Vielfalt von Sonderveranstaltungen für spezielle Dialoggruppen auch als Indiz dafür gewertet werden, dass das tradierte klassische Konzertformat heute eben nach wie vor kein Ort ist, an dem alle Menschen unabhängig von ihrem Alter, Gesundheitszustand, sozioökonomischen Status etc. gleichermaßen zur gemeinsamen Teilhabe eingeladen sind (auch wenn einzelnen Gruppen der Zutritt nicht

8 Weitere in der Praxis anzutreffende Differenzierungsmuster, z.B. religiöse Zugehörigkeit (→ König: 407) oder Freiheitsentzug (→ Ziegenmeyer: 401), waren in der Stichprobe nicht vertreten.

mehr explizit verwehrt wird wie in der erwähnten Londoner Konzertankündigung aus dem Jahr 1789). Ansonsten wäre der Hinweis in den Ankündigungen einer vom WDR Sinfonieorchester in Kooperation mit (de)mentia+art entwickelten Konzertreihe, dass »Menschen mit kognitiven oder psychischen Beeinträchtigungen [...] bei den WDR Happy Hour-Konzerten besonders willkommen«⁹ sind, wohl eine Selbstverständlichkeit, die nicht eigens betont werden müsste.

9 Vgl. www1.wdr.de/orchester-und-chor/sinfonieorchester/konzerte/termine/wdr-happy-hour-340.html [27.07.2023.]

