

»Digitale Musikvermittlung wird klar als Chance zur Diversifizierung und Demokratisierung von Zugängen gesehen«

Interview mit dem Intendanten der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz¹

Beat Fehlmann

Inwiefern ist Digitalität für eine Institution wie die Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz, deren Kerngeschäft Live-Veranstaltungen sind, überhaupt ein strategisches Thema?

Digitalität ist für die Deutsche Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz ein zentrales strategisches Handlungsfeld, das über rein technische Aspekte hinausgeht. Die digitale Strategie versteht Digitalität als Mittel zur Beziehungsarbeit und Teilhabe, nicht als Konkurrenz zum Live-Konzert. Zwei strategische Leitbegriffe stehen dabei im Zentrum: Nähe und Beziehung. Es geht darum, eine emotionale und persönliche Verbindung zum musikalischen Erlebnis zu schaffen, und zwar sowohl analog als auch digital.

Sehen Sie in der digitalen Musikvermittlung eher eine Chance zur Öffnung für neue Dialoggruppen oder auch eine Gefahr, das Live-Publikum langfristig zu verlieren?

Digitale Musikvermittlung wird klar als Chance zur Diversifizierung und Demokratisierung von Zugängen gesehen. Digitale Formate wie *Perspektive 360* ermöglichen ein immersives Musikerlebnis, das neue, insbesondere technikaffine Dialoggruppen anspricht, ohne den Live-Charakter zu entwerten.

¹ Das Interview bezieht sich auf Beat Fehlmanns Zeit als Intendant der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz; zum Zeitpunkt des Gesprächs war er bereits künstlerischer Leiter und Geschäftsführer der Musikakademie Liechtenstein.

Die Strategie zielt nicht auf Ersatz, sondern auf Erweiterung und Ergänzung mit dem langfristigen Ziel, das Live-Erlebnis durch digitale Vor- und Nachbereitung emotional zu vertiefen.

Könnten Sie – in aller Kürze – einen Überblick über Ihre bisherigen digitalen Vermittlungsformate geben? Welche strategische Idee steht hinter diesen Angeboten?

Die digitalen Vermittlungsformate der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz gliedern sich in zwei strategische Felder:

1. Musikvermittlung/Bildung:

- *Junge Klassik*: Lernplattform mit 3D-Touren, Instrumentenkunde, Zeitreise, Theorie und Spielen. Ziel: niedrigschwellige Vermittlung klassischer Musik für Schüler_innen.
- Podcasts *Klassik Ultras* und *Mensch Musiker*: Unterhaltung und Biografisches, um Nähe zu Werken und Musiker_innen herzustellen.
- *Keynote Concerts*: Einführung in Werke durch den Chefdirigenten – mit emotionalem Zugang vor theoretischem Zugang.

2. Immersive Projekte:

- *Perspektive 360*: Freie Perspektivwahl im Orchester, um das Musikerlebnis erfahrbar zu machen.
- *Via Visuals*: Emotionserkennung per Kamera mit künstlerischer Echtzeit-Visualisierung von Mussorgskys *Bilder einer Ausstellung*.
- *Digitale Chronik* zum 100-jährigen Jubiläum: Vernetzte Archivplattform mit Blick in Vergangenheit und Zukunft.

Strategisch steht hinter all diesen Angeboten das Ziel, emotionale Resonanz und individuelle Zugänge zur Musik zu ermöglichen.

Werden die digitalen Angebote mit dem analogen Konzertbetrieb verzahnt oder verstehen Sie diese als eigenständige Formate mit eigener Zielsetzung?

Die digitalen Formate sind bewusst verzahnt, verfolgen jedoch zugleich eigene Ziele. So bauen etwa die *Keynote Concerts* oder *Klassik Ultras* eine Brücke zum analogen Konzertbesuch, indem sie diesen vorbereiten. Andere Formate wie *Junge Klassik* oder *Via Visuals* funktionieren eigenständig, erweitern aber

die Gesamtstrategie der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz zur Stärkung von Beziehung und Teilhabe – auch jenseits des Konzertsaals.

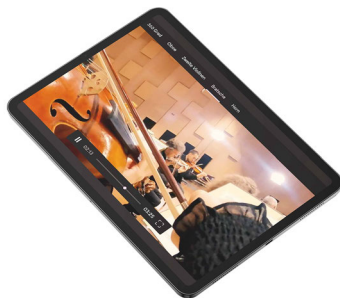
Welche Rolle spielt die Dialoggruppe in der Entwicklung digitaler/hybrider Formate? Gibt es dialogische Prozesse oder Rückkopplungen, die in die Gestaltung einfließen?

Dialoggruppenzentrierung ist zentraler Bestandteil der Strategie. Formate wie *Junge Klassik* wurden explizit auf die Bedürfnisse von Schüler_innen und Lehrkräften ausgerichtet. Im Projekt *Via Visuals* wird die emotionale Rückmeldung des Publikums selbst Teil des Erlebnisses, da kollektive Emotionen visualisiert werden. Zusätzlich gibt es Rückkopplungsschleifen über Social Media, Feedback-Tools und die gezielte Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen.

Wie reagieren klassische Musiker_innen auf die digitale Öffnung? Entsteht hier auch ein Lern- oder Transformationsprozess innerhalb des Orchesters?

Der Transformationsprozess wird bewusst kollaborativ gestaltet. Musiker_innen werden über Formate wie *Mensch Musiker* in den Mittelpunkt gerückt. Zudem bietet die Möglichkeit, neue Perspektiven wie bei *Perspektive 360* zu präsentieren, auch für das Orchester selbst neue Erfahrungsräume. Die Strategie fördert *Shared Creativity* – ein Arbeitsprinzip, bei dem sich interne Akteure aktiv einbringen und digitale Ideen mitgestalten können.

*Abb. 1: Screenshot aus der Anwendung
Perspektive 360*



Screenshot: Beat Fehlmann

Was ist Ihre Vision einer zukunftsfähigen Musikvermittlung, insbesondere im Spannungsfeld zwischen analogem Konzerterlebnis und digitalem Zugang?

Die Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz verfolgt eine Vision der hybriden Resonanzräume: analoge und digitale Formate sollen nicht konkurrieren, sondern sich gegenseitig befruchten. Digitale Mittel dienen nicht der Distribution von Konzerten, sondern der Individualisierung, Kontextualisierung und Emotionalisierung musikalischer Erfahrungen. Ziel ist eine Musikvermittlung, die gleichermaßen tief, persönlich und zugänglich ist – unabhängig vom Ort.

Welche digitalen Formate haben Sie selbst überrascht, beispielsweise in ihrer Wirkung, Reichweite oder Resonanz?

Besonders überraschend war der Erfolg der Plattform *Junge Klassik* mit rund 3.500 täglichen Besucher_innen. Auch das große Interesse an *Via Visuals* zeigt, dass interaktive und AI-gestützte Formate eine hohe Resonanz erzeugen – nicht nur medial, sondern auch emotional. Der Effekt: Die Grenzen zwischen Publikum und Bühne beginnen sich aufzulösen und das *Ich* des Publikums wird Teil des künstlerischen Prozesses.

Haben Sie eine abschließende Bemerkung?

Digitalität wird bei der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz nicht als technologische Entwicklung verstanden, sondern als kulturelle. Ziel ist es, Musik als soziales Ereignis neu zu denken – digital wie analog. Die institutionelle Strategie zeigt beispielhaft, wie mit wenigen, aber klug gesetzten digitalen Angeboten nachhaltige Wirkungen erzielt, Beziehungen aufgebaut und Transformationen angestoßen werden können.²

2 Die Fragen wurden von Joshua Schippling und Johannes Voit gestellt und von Beat Fehlmann schriftlich per E-Mail beantwortet.