

Musikvermittelndes Denken und Handeln

Constanze Wimmer

Was war zuerst in der Musikvermittlung: die Praxis oder die Reflexion? Mit Sicherheit das praktische Tun. Das Praxisfeld nimmt ab den 1980er Jahren zunehmend an Fahrt auf, auch wenn sich die Tätigkeit an sich bereits viel länger zurückverfolgen lässt (→ Voit: 67).

Musikvermittler_innen knüpfen ein Beziehungsgeflecht zwischen der Musik, den Musiker_innen, ihrem Publikum und Teilnehmer_innen partizipativer Projekte. Das lässt sich auf vielfältige Weise bewerkstelligen: musizierend, moderierend, inszenierend, schreibend, organisierend etc. In der Musikvermittlung fließen Denken und Handeln beständig ineinander: Manchmal entsteht das Ausreifen einer konzeptuellen Idee für ein Projekt während des praktischen Musizierens, ein anderes Mal bestimmt ein fertiges gedankliches Konzept die weitere Ausgestaltung des praktischen Tuns. Immer aber gehören beide Teile zusammen und bedingen einander wechselseitig. Wie gehen aber Denken und Handeln zusammen? Worauf stützen sich Musikvermittler_innen gedanklich und methodisch und was bringt das Metier insgesamt nachdenkend voran?

Worüber denken Musikvermittler_innen nach?

Zuallererst denken Musikvermittler_innen über Musik nach. Wenn sie in Konzerthäusern oder im Orchester arbeiten, sind es meist nicht sie, die entscheiden, welche Musikstücke im Rahmen einer Saisonplanung ausgewählt werden. Aber egal ob in einer Kultureinrichtung oder im Rahmen von Projekten an der Musikschule oder in einer Blasmusikkapelle, es liegt an ihnen, zu Werken des Repertoires geeignete Vermittlungswege zu finden. An dieser Stelle beginnt ein Nachdenkprozess, der sowohl das musikalische Werk als auch das dafür vorgesehene Publikum im Fokus hat. Je nach Hintergrund der Musikvermittlerin bzw. des Musikvermittlers ist die Vorgehensweise unterschiedlich. Musikvermittler_innen mit musikwissenschaftlichem Hintergrund recherchieren vermutlich zunächst das Werk an sich und alles, was es dazu an interessanten Kontexten zu finden gibt: von der Komposition zur Uraufführung, von der Besetzung zur Form und

von Zitaten von Interpret_innen zu spannenden Rezeptionsgeschichten.¹ Musikvermittler_innen mit kompositorischem und musikalisch-praktischem Hintergrund sehen die Komposition als ›Bergwerk‹, aus dem Schätze der Harmonik, Rhythmik, Melodik, Interpretation und Gestaltung gehoben werden können, um dem Publikum einen Blick in die Bauweise eines Werkes zu ermöglichen (vgl. Wimmer/Schmidinger 2014–2019). Musikvermittler_innen mit musikpädagogischer Ausbildung suchen vielleicht nach dem Exemplarischen des ausgewählten Werkes: Wofür steht es paradigmatisch? Was lässt sich daran beispielhaft zeigen? Welche zentralen Stellen könnten als Ankerpunkte im Verlauf des Zuhörens dienen? Und welche Möglichkeiten der aktiven Beteiligung des Publikums verbergen sich in der Komposition (vgl. Richter 2014a)? Aus diesen Nachdenk- und Konzeptionsprozessen heraus entstehen Moderationen, Künstler_innen-Gespräche, interaktive Workshops für Publikum unterschiedlichen Alters, interdisziplinäre Projekte etc., die vor oder nach den Veranstaltungen stattfinden können.

Über das konkrete Vermitteln von Musik hinaus denken Musikvermittler_innen aber auch in künstlerischen Dimensionen. Hinter jedem Konzert für Kinder steht eine dramaturgische Idee, die es zu entwickeln gilt, eine Geschichte, die erzählt werden möchte oder ein künstlerischer Gestaltungsansatz, der interdisziplinär ausgearbeitet werden soll. Diese Dimension des Denkens ist weit schwieriger zu fassen, da sie kreativen Impulsen folgt, assoziativ mäandert und definitiv nicht linear voranschreitet. Oft entstehen die Ideen aus persönlichen Kontakten, zufälligen Teambildungen und aufgrund individueller Erfahrungen. Doch auch hier gibt es die eine oder andere Anregung in der Literatur, z.B. zum Erzählen von Geschichten (vgl. Martínez 2017), zur Gestaltung von Konzerten für Kinder (vgl. Schneider et al. 2011a) oder Erwachsene (vgl. Weber 2018), zur Kreativität ganz allgemein (vgl. Poschauko 2018) oder zu Beispielen anderer Künstler_innen-Gruppen, die mit dem Inszenieren von Konzerten experimentieren.²

Ergänzend zu den unmittelbar inhaltlichen Aspekten der Arbeit einer Musikvermittlerin bzw. eines Musikvermittlers beschäftigt die Akteur_innen des Berufsfelds, wie sie mit Gruppen der Milieus, die von sich aus nicht am Geschehen im Kulturbetrieb teilnehmen, in Kontakt kommen können. Immer mehr Konzert- oder Opernhäuser suchen Kooperationen mit Stadtteil-Initiativen abseits der Stadtzentren, um ihre Angebote mit Bevölkerungsgruppen zu teilen, die noch keinen Kontakt mit Konzerten oder Opernauführungen hatten. Schnell befindet man sich auf diese Weise im Diskurs zu urbanen Trends, inter- und transkulturellen Bedingtheiten und soziologischen und kulturpolitischen Themen, bei denen es sich lohnt, tiefer einzudringen, um nicht voreilig oberflächliche Schlüsse zu ziehen. Um Kooperationen zu nachhaltigen Kollaborationen (vgl. Terkessidis 2015) weiterzuspinnen und auf diese Weise die Kultureinrichtung, für die man arbeitet, durch gemeinsame Projekte auch tatsächlich zu verändern, braucht es neben musikvermittelnden Tools auch ein zivilgesellschaftliches Bewusstsein (vgl. Dätsch 2018).

1 Da es zu nahezu jedem Werk des klassischen Repertoires eine Vielzahl an musikwissenschaftlicher Literatur gibt, die zu diesem Zweck herangezogen werden kann, unterbleibt hier ein exemplarischer Literaturverweis.

2 Vgl. u.a. www.betterconcerts.org/de/start [17.05.2023].

Was bedeutet Teilhabe am Geschehen einer Stadt? Uns verbinden kaum mehr gemeinsam geteilte Geschichte oder gemeinsam geteilte Interessen. Gleichzeitig verstärken viele unterschiedliche kulturelle Referenzsysteme via Soziale Medien, Internet und TV unsere diverse Gesellschaft. Soziolog_innen mahnen zur Genauigkeit im unmittelbaren Umfeld einer Institution: Die Komplexität rund um eine kulturelle Institution ist immer konkret und zeigt, wie sich die Gesellschaft eines Bezirks oder eines Stadtteils gerade verändert. Grundsätzlich sollten Kulturinstitutionen auf ihre Nachbar_innen zugehen und dabei auf Kategorisierungen bzgl. ethnischer Hintergründe verzichten, sondern der Heterogenität ihrer potentiellen Besucher_innen Rechnung tragen (vgl. Liffers 2019: 92f.).

In diesem Bewusstsein intervenieren Musikvermittler_innen mit einer Haltung von Cultural bzw. Artistic Citizenship (aus einer machtkritischen Perspektive → Stoffers: 107). Cultural Citizenship schließt an Konzepte der Cultural Studies an. Einer der Pioniere der Cultural Studies, Raymond Williams, definiert Kultur als eine Lebensweise, die sich in Institutionen und im alltäglichen Leben genauso ausdrückt wie in den Künsten, womit die Analyse von Kultur in diesem Verständnis auch immer gleichzeitig die Analyse gesellschaftlicher Verhältnisse bedeutet. Williams fasst die einzelnen Elemente von Kultur zu einer »structure of feelings« (1977: 132) zusammen, die als gemeinsame Erfahrungen und Werte einer bestimmten Gruppe, Klasse oder Gesellschaft von Bedeutung sind (vgl. ebd.; Stevenson 2003).

Im engeren künstlerischen Kontext etabliert sich der Begriff »Artistic Citizenship« als eine Haltung von Kunstschaffenden, die das Verhältnis zwischen der Freiheit der Kunst und der Verantwortung für andere in Beziehung zueinander setzt. Kunstschaffende denken darüber nach, wie ihr Wirken zum Wohlergehen von Communitys beitragen kann und ob und wie künstlerische Praxis für musikalische Lai_innen von Bedeutung sein kann. Projekte im Sinne von Artistic Citizenship sind jedenfalls keine Solitäre wie ein einmaliger Besuch im Altersheim oder die Teilnahme an einem Benefizkonzert. Die Künste werden als soziale Praxis verstanden und Künstler_innen als Menschen, die mitten in der Gesellschaft verankert sind:

»The sense of ethical responsibility that is among the deeply habitual dispositions developed through artistic engagement is not a casual inclination, occasionally or incidentally evident in one's art. It is a fundamental part of one's identity. To be an artistic citizen, in other words, is not to casually embrace a certain kind of status: it is to be a certain kind of person.« (Bowman 2016: 75f.)

Während also das Konzept der Cultural Citizenship die Institutionen in die Pflicht nimmt, sich zu öffnen und dazu beizutragen, dass sich Menschen in die Gesellschaft inkludiert und in ihrer Identität repräsentiert fühlen, fokussiert Artistic Citizenship die Künstlerin bzw. den Künstler und deren aktives praktisches Engagement.

Auf welche Weise handeln Musikvermittler_innen?

In den letzten Jahren haben sich Handlungsfelder in der Musikvermittlung etabliert, die im Kern immer die Beziehungstiftung zwischen Musik und Menschen im Blick haben und dies auf unterschiedliche Weise fassen. Wenn Musikvermittler_innen im Nachdenken immer von der konkreten Musik ausgehen und wie sie diese mit anderen am besten teilen können, setzt im Handeln ein praktisches Umsetzen dieser Gedankengänge ein:

- Wie kann man bestimmte Musikstücke z.B. für Kleinkinder in ein entsprechendes Konzert-Setting setzen? Sollen andere Künste ins Spiel kommen? Für wie viele Kinder plane ich mein konkretes Angebot, wie viel Interaktion integriere ich in mein Angebot, warum und wie genau?
- Wie kann man bestimmte Musikstücke für bspw. Jugendliche im Rahmen eines Workshop-Angebots vermitteln? Welche Bezüge finden sich zwischen den ausgewählten Werken und den Interessen der Jugendlichen, welche Momente bieten sich an, um die Teilnehmer_innen ins musikalische Tun zu bringen, wie könnte dies am besten aus dem Geist des Musikstücks herausgearbeitet werden?
- Wie kann man durch bestimmte Musikstücke eine besondere Nähe zwischen dem erwachsenen Publikum und den Musizierenden herstellen? Vielleicht in Konzerten, die die Teilhabe des Publikums direkt ins Konzertgeschehen integrieren: z.B. in Sing-along-Formaten oder als Symphonic Mob, wo Besucher_innen zu aktiven Mitmusizierenden werden. Dann handelt der_die Musikvermittler_in, indem er_sie das Publikum Seite an Seite mit den Musiker_innen ins Orchester setzt oder indem er_sie Kompositionsaufträge vergibt, die die Impulse des Publikums mitkomponieren (→ Toelle: 193).

Die oben genannten Handlungsfelder sind nach allen Richtungen offen: Dramaturgisch gestaltete Konzertsituationen für Kinder können in der Musikschule ebenso stattfinden wie in einem großen Konzerthaus, partizipative Konzerte ebenso beim Frühschoppen wie in einem Konzerthaus, und Workshops tragen die Werkstatt schon im Wortsinn überall hin, wo Menschen zusammenkommen: vom Grätzelfest bis zum Shoppingcenter, vom Kindergarten bis zum Krankenhaus oder vom (post-)migrantischen Kulturverein bis zum Förderverein einer Kultureinrichtung. Alle diese Handlungsfelder erfordern neben einem Handwerkszeug immer auch organisatorisches Know-how. Oft sind Musikvermittlungsabteilungen Kultureinrichtungen im Kleinen, die vieles selbst auf die Beine stellen müssen. Das Einwerben und Verwalten von Drittmitteln und Projektgeldern, die Öffentlichkeitsarbeit, das Projektmanagement und die Abendspielleitung liegen nicht selten in den Händen eines meist recht kleinen Teams.

Musikvermittler_innen handeln also immer quasi beidhändig und gerne in Teams, die auch das technische und administrative Personal von Institutionen involvieren (Schneider 2014: 50f.): Einerseits steuern und gestalten sie musikalische Inhalte und kommunikative Situationen, und andererseits ermöglichen sie diese durch ihr planerisches und organisatorisches Know-how.