

»Wir möchten das Feld der kulturellen Teilhabe nicht allein den großen Digitalkonzernen überlassen«

Interview mit der Koordinatorin für digitale Vermittlungsprojekte am Konzerthaus Berlin

Anne Eiselein

Das Konzerthausorchester verfügt über eine der größten Stammhörerschaften eines klassischen Orchesters in Deutschland. Warum ist Digitalisierung für eine Institution, deren Kerngeschäft das Live-Erlebnis ist, überhaupt ein Thema?

Um ein breiteres und vor allem auch jüngeres Publikum an kulturelle Angebote, das kulturelle Erbe und Kultureinrichtungen heranzuführen, müssen aus unserer Sicht die zunehmende Beeinflussung aller Lebensbereiche durch die Netzkultur und das damit einhergehende veränderte Mediennutzungsverhalten durch die schnell fortschreitende Digitalisierung stärker berücksichtigt werden. So haben sich in den letzten Jahren beispielsweise durch Social-Media-Plattformen und durch die Entwicklung von neuen Technologien wie Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) und anderen interaktiven Angeboten reichenweitenstarke Möglichkeiten zur Kulturvermittlung ergeben. Gerade für die Ansprache von jüngeren, tendenziell kulturfernen und sozial benachteiligten Bevölkerungsschichten stellt die Digitalisierung eine große Chance dar. Sie schafft einen einfachen und demokratischen Zugang zu Wissen und kulturellen Inhalten. Diese Tatsache nutzen wir als Kulturinstitution bereits seit einigen Jahren.

Sehen Sie Digitalität eher als Chance, den klassischen Konzertbetrieb für neue Dialoggruppen attraktiver zu machen, oder befürchtet Sie, dass die Entwicklung den Publikumsschwund im Konzertsaal eher beschleunigt?

Wir setzen digitale Angebote vorwiegend da ein, wo wir niedrigschwellig und spielerisch Menschen mit klassischer Musik in Kontakt bringen möchten – auch fernab von Live-Konzerten. Mit unserem Format *EinBlick frei* im Vestibül unseres Hauses bieten wir Besucher_innen des Gendarmenmarkts bei kostenlosem Eintritt einerseits einen Blick durch ein Fenster in den Großen Saal, andererseits auch einige unserer digitalen Angebote als Exponate zum Ausprobieren. Für Tourist_innen, die einfach nur über den Gendarmenmarkt flanieren wollen, ermöglichen wir so auch die Beschäftigung mit klassischer Musik außerhalb von Live-Veranstaltungen.

Bei den digital-analogen Schulworkshops für Schüler_innen der 5.–7. Klasse verbinden wir die digitalen Angebote mit einer Führung durch das Konzerthaus. Uns besuchen dabei Kinder aus Außenbezirken Berlins, die zum Teil noch nie in Berlin-Mitte waren, geschweige denn das Konzerthaus kennen oder schon einmal bei einem Konzert waren. Manche Kinder finden über ihr Interesse an AR oder der Technik in der *Orchesterbox* einen Zugang, andere über die beeindruckende Architektur des Hauses. Nach den 90 Minuten Workshop kennen aber die meisten Schüler_innen den Unterschied zwischen einer Geige und einer Bratsche. Gerade in Zeiten des massiven Musiklehrer_innenmangels in den Schulen ist es für uns wichtig, auch ein Angebot zu haben, das außerhalb von Proben und Konzerten für die Vermittlung von klassischer Musik funktioniert.

Bei Sonderveranstaltungen – wie dem Tag der offenen Tür und beim jährlichen Kindertag – präsentieren wir ebenfalls die digitalen Angebote parallel zu den Live-Familien- und Kinderkonzerten. Die digitalen Exponate bieten eine Möglichkeit der interaktiven Beschäftigung für die Vor- und Nachbereitung des Konzerterlebnisses an und stehen nicht in Konkurrenz dazu.

Könnten Sie bitte einen kurzen Überblick über Ihre digitalen Vermittlungsformate und die dahinterliegende Strategie geben?

Wir haben 2016 in Kooperation mit der Berliner Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) begonnen, Projekte mit VR- und AR-Technologie umzusetzen. Dabei entstand eine VR-Anwendung, in der sich Nutzer_innen virtuell das Konzerthaus anschauen und etwas über die Geschichte des Hauses lernen können. Außerdem wurde eine interaktive Anwendung mit unserem Ehrendirigenten Iván Fischer entwickelt, in der Nutzende verschiedene Positionen im Orchester einnehmen und so die Musik anders wahrnehmen können. Ergänzt wird das Angebot durch mehrere AR-Anwendungen. Besonders ist hier unser *Virtuelles Quartett* zu nennen. Dabei handelt es sich um eine spielerische

Anwendung mit dem Streichquartett des Konzerthausorchesters, die den Betrachter_innen erlaubt, entweder alle Musiker_innen gemeinsam zu sehen und zu hören oder sich auf eine Einzelstimme zu konzentrieren. Als Weiterentwicklung kamen dann noch die interaktive Komposition 'om veltu hinzu, die wir gemeinsam mit dem Komponisten Mark Barden und dem Visual Artist Julian Bonequi entwickelt haben und die inzwischen als VR- und AR-Experience zur Verfügung steht sowie die *Orchesterbox*, ein Vermittlungsprojekt für Grundschulkinder. Dabei nehmen 17 Musiker_innen des Konzerthausorchesters ganz haptisch als Miniaturfiguren auf der *Orchesterbox* Platz. Dank eines RFID-Chips spielen sie einen Ausschnitt aus Debussys *Children's Corner* – einzeln, bestimmte Gruppen oder auch alle zusammen.

Abb. 1: Interaktion mit der *Orchesterbox*



Foto: Felix Löchner

Seit April 2021 streamen wir einmal im Monat aus dem Konzerthaus auf der Gaming-Plattform *Twitch*. Im Stream *Spielzeit* berichten Musiker_innen aus ihrem Berufsalltag, erklären ihre Instrumente und spielen Live-Musik. Dabei können Zuschauer_innen interaktiv an der Sendung teilnehmen, Fragen stellen und so in Kontakt mit Musiker_innen kommen.

Ziel dieser Angebote ist es, Menschen anders mit klassischer Musik in Kontakt zu bringen. Bei uns gibt es viele Menschen, die zum ersten Mal im Rahmen einer Veranstaltung eine VR-Brille aufsetzen und so mit der Musik und der Technologie in Berührung kommen. Es geht darum, positive Erfahrungen und Erinnerungen zu schaffen und sich anders auf klassische Musik einlassen zu können.

Nicht zuletzt geht es uns aber auch um die Präsenz im digitalen Raum. Wir möchten das Feld der kulturellen Teilhabe nicht allein den großen Digitalkonzernen überlassen und mit unseren Angeboten eigene inhaltliche Akzente setzen. Mit jeder Entwicklung eines digitalen Projekts haben wir mehr darüber gelernt, was technisch möglich ist, wie sich Projekte so aufsetzen lassen, dass keine neuen Nutzungshürden entstehen, und wie Hard- und Software am besten eingesetzt werden können. Von diesen Erfahrungen haben wir in den letzten Jahren sehr profitiert.

Wie messen Sie den Erfolg bzw. die Wirkung Ihrer digitalen Angebote?

Beim Messen des Erfolgs schauen wir einerseits faktisch auf Zahlen: Wie viele Menschen nutzen die Angebote bei uns im Haus, wie viele Downloads haben unsere Apps, wie viele Zuschauer_innen schauen die Streams auf *Twitch*? All das sind wichtige Anhaltspunkte für den Erfolg unserer Angebote. Mit diesen Zahlen sind wir sehr zufrieden. Unsere digitale Ausstellung verzeichnet pro Monat rund 10.000 Besucher_innen. Den *Twitch*-Stream verfolgen seit April 2021 im Schnitt gut 2.600 Zuschauer_innen – fast 1.000 mehr, als in unseren Großen Saal passen. Unsere Angebote für Schulklassen sind immer schnell ausgebucht.

Zudem achten wir auf individuelles Feedback, etwa von Musiklehrer_innen, die unsere digitalen Anwendungen im Unterricht einsetzen. Darüber hinaus fragen wir aktiv nach Rückmeldungen, um unsere Angebote anzupassen und zu verbessern.

In den Schulworkshops nehmen wir uns am Ende auch kurz Zeit, um abzufragen, was bei den Schüler_innen an Informationen hängen geblieben ist und was ihnen am besten gefallen hat. Auch daraus leiten wir ab, was verbessert oder optimiert werden sollte.

Gibt es bereits Rückmeldungen oder Erkenntnisse zur Nutzung von digitalen Formaten, die die Weiterentwicklung der digitalen Strategie des Konzerthauses beeinflussen?

Bei der Umsetzung unserer bisherigen Projekte haben wir zahlreiche Erfah-

rungen für kommende Vorhaben gewonnen. So hat sich gezeigt, dass digitale Anwendungen leicht und intuitiv bedienbar sein sollten und dass sie auch nach der Entwicklung betreuungsintensiv bleiben, da Apps und Kanäle regelmäßig gewartet und gepflegt werden müssen. Gleichzeitig eröffnen uns digitale Formate die Möglichkeit, unsere Angebote über das Konzerthaus Berlin hinaus – etwa auf Festivals, in Bibliotheken oder bei ähnlichen Veranstaltungen – zu präsentieren und dadurch auch Menschen mit klassischer Musik zu erreichen, die sonst kaum Zugang dazu hätten.

Spielt Künstliche Intelligenz in Ihren Formaten eine Rolle, etwa um Angebote zu personalisieren oder Musikerlebnisse interaktiver zu gestalten?

Wir setzen gerade das erste Projekt um, in dem wir uns künstlerisch mit den Möglichkeiten von KI auseinandersetzen. Dabei geht es insbesondere um die Erhöhung von kultureller Teilhabe und der aktiven Einbindung des Publikums mithilfe von KI. Das Vorhaben werden wir bis Frühjahr 2026 fertigstellen. Dabei arbeiten wir mit dem Komponisten Kaan Bulak, dem Visual Artist Lucas Gutierrez sowie der KI-Agentur *Birds on Mars* zusammen. Wir sind sehr gespannt, welche Erkenntnisse und Erfahrungen wir aus diesem Projekt ziehen werden. Wir sind uns aber sicher, dass die Auseinandersetzung mit KI ein wichtiger Aspekt sein wird, der in den nächsten Jahren bei unseren digitalen Projekten eine große Rolle spielen wird.¹

Welche Verbindungen gibt es zwischen Ihren digitalen Vermittlungsangeboten und den Konzerten im Konzerthaus? Sind sie immer aufeinander bezogen oder betrachten Sie die digitalen Formate als eigenständige Angebote?

Bisher sind unsere digitalen Angebote unabhängig von den Live-Veranstaltungen einsetzbar, bzw. für die Vor- und Nachbereitung von Konzerten und anderen Veranstaltungen gedacht. Unsere digitalen Projekte haben einen eigenen Wert. Wir kommunizieren sie eigenständig und suchen für sie neue Formen der Präsentation. Wir haben aus den vielen Vorhaben aus der Vergangenheit gelernt, dass digitale Projekte den Besucher_innen einen Mehrwert liefern müssen – entweder durch einen anderen Zugang oder durch die Möglichkeit mehr oder andere Informationen zu bekommen. Wir sehen in der Umsetzung von solchen Vorhaben das große Potenzial, Barrieren abzubauen. Dafür werden wir in der Zukunft sicher auch mit digitalen Mitteln in Konzerten expe-

1 Weitere Informationen zum KI-Projekt unter <https://www.konzerthaus.de/de/resonance> [15.09.2025].

rimentieren, wenn sie einen relevanten Mehrwert für unsere Besucher_innen schaffen.^{2,3}

-
- 2 Alle digitalen Projekte des Konzerthauses Berlin unter <https://www.konzerthaus.de/de/konzerthaus-digital> [15.09.2025].
 - 3 Die Fragen wurden von Joshua Schippling und Johannes Voit gestellt und von Anne Eiselein schriftlich per E-Mail beantwortet.