

MICHAELA FRIDRICH

MUSIK
NEU
VERMITTELN



EIN PLÄDOYER

et+k

edition text + kritik

Michaela Fridrich ist Musikjournalistin und Autorin und arbeitet für BR-Klassik, die Klassikwelle des Bayerischen Rundfunks. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Neue Musik und Musikvermittlung. Sie konzipiert und moderiert Konzerteinführungen für die Münchner Philharmoniker, das BR-Symphonieorchester sowie für die musica viva-Reihe des BR. Sie arbeitet mit verschiedenen Bildungseinrichtungen zusammen wie der Hochschule für Musik und Theater München, leitet Seminare an der Georg-von-Vollmar-Akademie in Kochel und ist Lehrbeauftragte an der Münchner Volkshochschule.

Michaela Fridrich

Musik neu vermitteln

Ein Plädoyer

et+k

edition text + kritik

Mit freundlicher Unterstützung der Stiftung Apfelbaum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über www.dnb.de abrufbar.

ISBN 978-3-96707-706-3

E-ISBN 978-3-96707-707-0

E-Book-Umsetzung: Datagroup int. SRL, Timisoara

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© edition text + kritik im Richard Boorberg Verlag GmbH & Co KG, München 2022
Levelingstraße 6a, 81673 München
www.etk-muenchen.de

Satz: Olaf Mangold Text & Typo, 70374 Stuttgart

Druck und Buchbinder: Laupp & Göbel GmbH, Robert-Bosch-Straße 42,
72810 Gomaringen

Inhalt

Vorwort 7

I. Kultur und Gesellschaft: Eine Bestandsaufnahme

1. Noch immer im Elfenbeinturm. Hochkultur und Eliten 13
2. Kulturverfall. Eliten ohne Hochkultur 18
3. Die Rechtfertigungskrise. Wer braucht noch Kultur und wozu? 23
4. Kultur für alle. Notwendigkeit eines Perspektivwechsels 29

II. Musikvermittlung heute: Ein Befund

1. Orientierungslos. Musikvermittlung im Bann der Krise 37
2. Vermarktung statt Vermittlung. Kultur für die Konsumgesellschaft 43
3. Vermittlung als Profession. Selbstverständnis eines jungen Fachbereichs 49
4. Vermittlung als Kommunikation. Voraussetzungen eines Perspektivwechsels 56

III. Zukunftsmusik für Vermittlung: Eine Neuorientierung

1. Krise als Chance. Sackgassen und Auswege 65
2. No Education! Vermittlung als Haltung 70
3. Aufbruch ins Digitale. Orientierung auf unbekanntem Terrain 76

IV. Gespräche zur Vermittlung von Musik

1. »Musikvermittlung neu erfinden«
Gespräch mit Alexandra Kertz-Welzel 89
2. »Die Musik riechen«
Gespräch mit Tom Seligman 96
3. »Der Gesellschaft etwas zurückgeben«
Gespräch mit Constanze Wimmer 101
4. »Neue Dimension des Begreifens von Musik«
Gespräch mit Michael Schmidt 109
5. »Unsere Kunst teilen«
Gespräch mit Cathy Milliken 115
6. »Resonanz hervorrufen«
Gespräch mit Bernd Redmann 121
7. »Kein Affirmieren kultureller Heiligtümer«
Gespräch mit Frank Reinecke 125

Literatur 133

Vorwort

Bereits einige Zeit vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie fing ich an, mir als Musikjournalistin, Rundfunkautorin und Dozentin Gedanken über Musikvermittlung zu machen. Genau genommen war das schon seit den 1990er Jahren ein Thema für mich, also seit sich Musikvermittlung an Hochschulen, Opernhäusern, bei Orchestern und Ensembles immer stärker als ein eigener Fachbereich zu etablieren begann. Allerdings fand ich den Begriff »Musikvermittlung« für mich weder passend noch attraktiv und identifizierte mich nie damit. Ich hatte einfach nur Spaß daran, die Inspiration und den Reichtum, die ich selbst aus der Beschäftigung mit Kunst und Kultur zog, auch anderen Menschen zu erschließen. Gerade wenn sie der Kultur im Allgemeinen und der Musik im Besonderen nur wenig abgewinnen mochten, war das für mich ein Ansporn. Denn vor allem diese Gruppe wollte ich für die Kultur gewinnen, was zwar nicht immer, aber doch hin und wieder gelang, zumal ich auf eigene Erfahrungen in dieser Hinsicht zurückgreifen konnte. Auch ich ging früher nicht selbstverständlich ein und aus in dieser Welt. Mein Elternhaus war nur am Rande kulturell interessiert und meine Leidenschaft für die Musik nicht vorgezeichnet. Daher hielt ich es für möglich, wenn nicht gar wahrscheinlich, anderen Außenstehenden ebenfalls die Augen und die Ohren öffnen zu können, für den persönlichen Gewinn, den die Beschäftigung mit Musik und anderen Kunstgenres birgt.

Eines der wichtigsten Vorbilder für mein Engagement wurde Leonard Bernstein, der mit seinen moderierten Konzerten, Fernsehshows und Hochschulvorträgen ein begnadeter Musikvermittler war. Als Komponist, Dirigent und Pianist schaffte er es, seine eigene Begeisterung für die Musik mit anderen zu teilen. Es faszinierte mich, wie es ihm gelang, mit den Menschen unabhängig von Alter, Herkunft und Milieu völlig natürlich und ohne sich anzubiedern in Kontakt zu kommen. Ich verstand unmittelbar, dass Musikvermittlung (selbstverständlich benutzte ich nicht diesen Begriff) nur so funktionieren kann. Nur wenn Kommunikation auf Augenhöhe entsteht, kann man mit seiner Begeisterung für Kunst und Kultur

auch andere anstecken. Leider gelingt bis heute genau das in der Praxis recht selten – trotz der enormen Zunahme an vermittelnden Formaten, an Ausbildungsmöglichkeiten für angehende Musikvermittler*innen und an steigenden Etats für Vermittlungsaktivitäten. Die Strukturen in der Kultur- und Musikbranche und die Institutionalisierung des Vermittlungssektors scheinen dem so wichtigen Kontakt zwischen Künstler*innen und Publikum geradezu im Weg zu stehen. Fragwürdig ist etwa die Fokussierung auf Kinder und Jugendliche als ein künftiges Publikum, das es zu bilden und zu binden gilt. Gleichermäßen problematisch ist die Auslagerung von Vermittlungsarbeit in eigene Abteilungen, die der Öffentlichkeitsarbeit und dem Marketing näherstehen als dem künstlerischen Kernbereich. Und schließlich macht auch die Standardisierung und Schematisierung von Vermittlungsformaten, die unabhängig vom jeweiligen Kontext und Milieu landauf, landab durchexerziert werden, wenig Sinn. All dies weckt den Eindruck, dass dabei weder Musik und Kultur im Vordergrund stehen, noch die Menschen, die darin einen Wert oder einen Sinn für sich suchen. Stattdessen entsteht der Verdacht, dass es dem Kulturbetrieb dabei vor allem um Selbsterhalt geht.

Im Lauf der Pandemie hat sich dieser Eindruck bei mir noch verstärkt und mich dazu bewogen, über das Thema »Musikvermittlung« in einem größeren Rahmen nachzudenken, und zwar über die Belange der Vermittlung wie auch über die der Musik hinaus. Denn beides lässt sich nicht vom großen Ganzen des Kulturbetriebs trennen. In der Corona-Zeit wurde deutlich, dass Kulturschaffende und Kultureinrichtungen in ihrer Gesamtheit ein Glaubwürdigkeitsproblem haben, für das kein Vermittlungsformat eine Lösung bietet. So wird die herausragende Relevanz der Kultur und ihrer Akteur*innen für die Allgemeinheit vor allem von ihnen selbst beschworen, ohne dass sich für diese allgemeine Bedeutung eindeutige Anzeichen erkennen lassen. Es wird immer wieder die eigene Kreativität behauptet, ohne dass sie sich in der schwierigen Situation in konkreten Aktivitäten äußert. Und es werden hohe Ideale und Leitbilder verkündet, ohne dass sie sich in den Strukturen des Betriebs und im Wirken seiner Protagonisten widerspiegeln. Solche eklatanten Widersprüche äußerten sich während des Lockdowns

einerseits in den Empörungsrufen der Kulturschaffenden über Schließungen und Veranstaltungsverbote, begleitet von moralisierenden Forderungen gegenüber der Politik, andererseits in der weitgehend fantasielosen Verlagerung des regulären Betriebs ins Internet. Die Haltung glich der des Kaninchens vor der Schlange: in Deckung gehen, warten bis alles vorbei ist, um dann hoffentlich weitermachen zu können wie zuvor. Diese Taktik lässt sich auf Dauer nicht durchhalten, denn die grundsätzlichen Probleme werden mit der Pandemie nicht verschwinden. So wie sie nicht erst durch Corona entstanden sind, sondern lediglich an die Oberfläche geschwemmt und dadurch sichtbar wurden.

Mit dem vorliegenden Buch habe ich eine Bestandsaufnahme der Krise versucht, die sich im Kultur- und Musikbetrieb zwar an vielen Bruchstellen zeigt, angesichts der immer noch funktionierenden Strukturen jedoch überwiegend ignoriert wird. Im ersten Teil geht es um das Verhältnis zwischen dem Hochkulturbetrieb und der Öffentlichkeit, die für seinen Unterhalt aufkommt, sowie um den Wandel, der sich seit einiger Zeit in diesem Verhältnis vollzieht. Es werden die bedrohlichen Folgen beschrieben, die sich aus diesem Wandel für die Kulturbranche abzeichnen. Die verfahrenere Lage lässt überkommene Konstellationen und Einstellungen in der Kulturszene deutlich werden. Einen Ausweg daraus scheint es nur mit einem grundsätzlichen Perspektivwechsel zu geben. Wie problematisch sich die Situation auf die Musikvermittlung innerhalb des Musikbetriebs wie auf das Selbstverständnis und die Ausrichtung dieser Branche auswirkt, ist Thema des zweiten Teils, der auch Vorschläge enthält, wie Musikvermittlung neu gedacht werden könnte, um mithilfe eines offeneren Kommunikationsstils eine Trendwende in der Kulturlandschaft und im Musikbetrieb einzuleiten. Im dritten Abschnitt geht es zunächst um die grundlegenden Probleme der klassischen Musikbranche mit ihrer Zuspitzung in der Pandemie-Krise sowie den zu befürchtenden Folgen. Danach wird an einzelnen Best-Practice-Beispielen gezeigt, welche Voraussetzungen man schaffen müsste, um effektiv gegenzusteuern, und welche Veränderungen bei den Kultureinrichtungen sowie in der persönlichen Haltung von Kulturschaffenden dabei hilfreich wären. Das letzte Kapitel dieses Teils ist ein Versuch, neue Wege im Bereich der digi-

talen Technologien aufzuzeigen: ein Thema, das eine ganze Bibliothek füllen könnte. Hier geht es vor allem darum, der oftmals abwertenden Haltung des Kulturbetriebs gegenüber dem Internet und der Gaming-Kultur einen Ausblick entgegenzusetzen auf jene digitalen Räume, von denen die klassische Musik lernen und profitieren könnte.

Eine wichtige Anregung für das Entstehen dieses Buches war ein Radio-Feature über Musikvermittlung auf BR-Klassik, für das ich im Sommer 2020 einige Gespräche mit Akteur*innen der klassischen Musikszene geführt habe. Diese Interviews bilden den letzten Teil. Den Gesprächspartnern, der Wissenschaftlerin und Musikvermittlungsexpertin Constanze Wimmer, der Musikpädagogik-Professorin Alexandra Kertz-Welzel, der Komponistin Cathy Milliken, dem Dirigenten Tom Seligman, dem Rektor der Münchner Musikhochschule Bernd Redmann, dem BR-Klassik-Redakteur und Experten für multimediale Musikvermittlung Michael Schmidt sowie dem Musiker Frank Reinecke gilt mein Dank. Nicht zuletzt diese Gespräche haben mir vor Augen geführt, wie dringend ein radikaler Handlungswechsel in der Kultur- und Musikszene ist, wenn sie auch mittel- und langfristig als ein wichtiger Teil unserer Gesellschaft erhalten bleiben soll. Alle Kritik, so harsch sie auch erscheinen mag, ist in diesem Sinne zu verstehen. Sie stellt den Versuch dar, Kulturschaffende und -verantwortliche aufzurütteln, um die Lethargie und die destruktiven Mechanismen, die sich im Selbstverständnis der Szene seit Jahrzehnten festgesetzt haben, gemeinsam zu überwinden. Als eine passionierte Kulturauffine, für die Kunst, Theater, Literatur und Musik persönlich so systemrelevant wie alternativlos sind, möchte ich mit diesem Plädoyer einen Anstoß geben für eine Neubesinnung auf den ursprünglichen Wert von Kultur, auf ihre Wirkmacht und Sinnhaftigkeit.

Mein besonderer Dank gilt der Stiftung Apfelbaum, deren Förderung die Publikation dieses Buches ermöglicht hat.

I.

**Kultur und Gesellschaft:
Eine Bestandsaufnahme**

1. Noch immer im Elfenbeinturm

Hochkultur und Eliten

Die Sorge um ein schwindendes Publikum für die klassische Musik ist mittlerweile schon zum Langzeit-Phänomen geworden. Dass Aktivitäten der Musikvermittlung in den letzten Jahrzehnten so rasant zugenommen haben, ist eine der markantesten Reaktionen darauf. Man möchte die Aufmerksamkeit der Menschen für die Musik wie auch für die Künstlerinnen und Künstler teils zurückgewinnen, teils ganz neu wecken. Dafür hat sich im Musikbetrieb sogar ein eigener Begriff etabliert: »Audience Development«. Gemeint ist damit das Bestreben, mittel- und langfristig günstige Voraussetzungen zu schaffen, damit sich ein kulturaffines Publikum herausbilden und das Fortbestehen des Kulturbetriebs gewährleisten kann. Aus diesem Grund richten sich die Aktivitäten der Musikvermittlungsbranche vor allem an Kinder und Jugendliche. Vermittlungsarbeit steht somit im Dienst der Selbsterhaltung, oder anders formuliert: Es sind schlichtweg ökonomische Gründe, die eine verstärkte Ansprache und Hinwendung zur Öffentlichkeit hin motivieren. Die Sicherung künftiger Publikumszahlen wird daher gerne als Begründung angeführt, wenn es darum geht, die Aufwände und Ausgaben für Projekte im Bereich der Musikvermittlung zu rechtfertigen.

Das Argument der Wirtschaftlichkeit spielt selbst im öffentlich geförderten Veranstaltungsbetrieb eine wichtige Rolle und hat erheblichen Einfluss auf Entscheidungen der Programmgestaltung und der Aufführungskonzepte. Ökonomisches Denken bleibt also nicht auf den Einsatz der Musikvermittler*innen beschränkt, sondern prägt auch die künstlerische Arbeit der ausführenden Musiker*innen und Ensembles. Mit den künstlerischen Aktivitäten wird neben der jüngeren Generation außerdem noch eine weitere Publikumsgruppe umworben, und zwar jene, die imstande und willens ist, mit ihren Abonnements, Ticketkäufen sowie Spenden und Stiftungen den Musikbetrieb zu erhalten und zu fördern. Mit »imstande« sind jene gemeint, die über die notwendigen finanziellen

Mittel verfügen, um kulturelle Interessen pflegen zu können. Und »willens« bedeutet, es schwingt ein bildungsbürgerlicher Hintergrund mit, also ein Bewusstsein für den allgemeinen Wert von Kunst und Kultur. Das Publikum, auf das man abzielt, ist in diesem Fall also der akademisch gebildete, kulturbeflissene und einkommensstarke bzw. vermögende Teil der Gesellschaft.

Es waren vor allem diese Menschen, die während des pandemiebedingten Abwechslens von Lockdown und leichter Lockerung immer wieder bestimmte kulturelle Vorteile genossen haben. Sei es in Form von exklusiven Veranstaltungen für Abonnenten und Freundesvereine, die vielerorts Konjunktur hatten, sei es in eigens aufgelegten Events oder in Hof- und Hauskonzerten, die Mitglieder öffentlich geförderter Ensembles speziell für diese Publikumskreise organisierten. So schlugen die nach Auftritten darbenden Musiker*innen zwei Fliegen mit einer Klappe: Nach Wochen und Monaten ohne oder mit nur eingeschränkten Auftrittsmöglichkeiten verschafften sie sich den schmerzlich vermissten Applaus und die Aufmerksamkeit eines kulturhungrigen Publikums und boten den Konzertgängern und Musikliebhabern umgekehrt einen besonders exklusiven Kulturgenuß – eine Win-win-Situation könnte man meinen. Nur wurden dabei all die Normalsterblichen vergessen, die aufgrund der Corona-Einschränkungen von allen Live-Musikerlebnissen ausgeschlossen blieben.

Es ist einerseits verständlich, wenn man sich in dieser Ausnahmesituation besonders um die Gemeinde der regelmäßigen Konzertgänger, Abonnenten und Unterstützer kümmert, sie während der schwierigen Phase für ihre Treue belohnt und sich gewogen hält. Immerhin leiden diese Menschen unter dem Kultur-Lockdown vermutlich ganz besonders. Andererseits drängt sich angesichts dieser Strategie die Frage auf, wie sich die Bevorzugung einiger weniger vereinbaren lässt mit dem Lamento von der Systemrelevanz und von der Lebensnotwendigkeit der Kultur für die ganze Gesellschaft, das während der Corona-Einschränkungen zeitgleich lautstark zu vernehmen war? Besteht da nicht ein auffälliger Widerspruch zwischen einem Engagement, das zum wesentlichen Teil ökonomischen Erwägungen geschuldet ist, und dem Anspruch auf die umfassende Relevanz des künstlerischen Tuns? Als scheinheilig