

Gegenwart etablierte und bewährte Komponistenbild als von einem Bildlichkeitskonzept geprägt, das auf der Kenntnis der Idee der Unmöglichkeit der Visualisierbarkeit musikalischen Schöpfer-tums – hergeleitet aus der Genieästhetik – fußt, und dennoch diesen aus sich heraus Schöpfenden als in seiner Gegenwart verankerten zeigen will; das heißt durchaus im Verhältnis zu Trends und Moden. Wie eine angepasste und markttaugliche Marke des Genialen erscheint der Komponist als zeitgemäßer Sonderling – etwas, das sich in einer bildlastigen Epoche problemlos visualisieren lässt. Sinnfällig ist, dass die Entwicklung dieses Bildkonzeptes nahezu bruchlos von den frühen

Fotografien romantischer Genies bis in die Ära des abgefahrenen Selfies verläuft und hier gewiss nicht endet.

Tatjana Mehner studierte Musikwissenschaft und Journalistik an der Universität Leipzig und promovierte 2003. Sie ist als freie (Musik-)Publizistin und Autorin tätig und betreibt Forschungen zur musikalischen Kulturgeschichte und zur Musik der Gegenwart. Seit 2015 arbeitet sie als Programme Editor in der Philharmonie Luxembourg und lebt im Saarland.

cn
z

Das Collegium Novum Zürich
sucht ab Herbst 2019 eine neue

Künstlerische Leitung

(80% oder nach Vereinbarung)

zur Entwicklung neuer
künstlerischer Perspektiven

Weitere Informationen:
cnz.ch/zukunft

Zukunft Neue Musik

Kampagne der Initiative Neue Musik Berlin field Notes zur Stärkung der zeitgenössischen Musikszene in Berlin

Patricia Hofmann in Interview mit der Projektleiterin Lisa Benjes insbesondere unter dem Aspekt der »Selbstvermarktung«.

Patricia Hofmann

PATRICIA HOFMANN: Könntest Du zum Einstieg kurz skizzieren, was diese vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und der Senatsverwaltung für Kultur und Europa seit 2016 geförderte field notes-Kampagne genau beinhaltet und welche Aufgaben Du persönlich dabei hast?

LISA BENJES: field notes ist eine Informationsplattform für die zeitgenössische Musik in Berlin. Alle zwei Monate erscheint das field notes-Magazin, das über aktuelle Veranstaltungen und Entwicklungen der Stadt berichtet. Wir organisieren die Gesprächsreihe »Perspektivwechsel«, die Parallelen in der Herangehensweise bei der künstlerischen Arbeit verschiedener Sparten sichtbar macht. Außerdem präsentieren wir im »Monat der zeitgenössischen Musik« die ganze Bandbreite der zeitgenössischen Musik in Berlin. Das sind die Aktivitäten, die für das Publikum sichtbar und erfahrbar sind. Auf der anderen Seite stärken wir die Szene selbst, indem wir Beratungsgespräche und Workshops zur Verbesserung der Kommunikationsstrategien anbieten. Durch diese Maßnahmen soll die Szene irgendwann so aufgestellt sein, dass es uns eines Tages nicht mehr braucht.

In den ersten zwei Jahren ging es in meiner Arbeit vor allem darum zu erkennen, wo die Bedarfe und Potenziale der Berliner Szene liegen und darauf aufbauend ein Programm zu entwickeln und umzusetzen. Nun steht endlich das Grundgerüst, das jetzt weitergedacht werden kann.

PH: Die Szene kann sich glücklich schätzen, da die Förderung ja jetzt nochmals um drei Jahre verlängert wurde. Das ist eine große Bestätigung für die Arbeit von field notes. Kannst Du die Entwicklung beschreiben, die sich für Dich schon jetzt nach diesen zwei Jahren abzeichnet?

LB: Wir sind tatsächlich sehr froh darüber, dass das Projekt fortgesetzt werden kann, da es seine Zeit dauert, bis sich so ein Programm etabliert. Wo wir anfänglich noch Überzeugungsarbeit leisten mussten, ist das Programm heute in vielen Teilen zum Selbstläufer geworden. Das Magazin erfährt einen großen Zuspruch, sodass die Abonnements mehr als verdoppelt werden konnten. Das Beratungsangebot wird zunehmend angenommen und der »Monat der zeitgenössischen Musik« hat sich zum festen Bestandteil der Berliner zeitgenössischen Musik entwickelt. Mit der zweiten

Projektphase sind wir nicht nur finanziell, sondern auch personell besser aufgestellt und die Laufzeit von drei Jahren erlaubt, langfristiger zu planen.

Wie wird die eigene Wahrnehmung geleitet, je nachdem, ob man einem Mann oder einer Frau zuhört und zuschaut?

PH: Gab es zu Beginn eine Art Reserviertheit dem »Marketing« gegenüber?

LB: Mit wenigen Ausnahmen haben sich die meisten Akteur*innen von Anfang an über die Initiative gefreut. Die Zeiten, in den Marketing rundheraus verteufelt wurde, sind wohl vorbei. Eine Gruppe, die ganz auf Marketing verzichtet, kann bei der Dichte des Berliner Kulturangebots und anderen Sinnesfreuden schlichtweg nicht lange überleben.

PH: Inwiefern ist die Berliner Szene der zeitgenössischen Musik einzigartig?

LB: Wo andere Städte über prestigeträchtige »Leuchtturm-Ensembles« verfügen, die kleineren Akteur*innen nur wenig Raum zur Entfaltung lassen, zeichnet sich die Berliner Szene gerade durch ihre enorme Vielzahl an Formationen aus, die in unterschiedlichen Größenordnungen gleichberechtigt nebeneinander koexistieren. Diese Vielfalt verschafft Berlin einen internationalen Ruf als zeitgenössische Musikmetropole, was sich nicht zuletzt darin Ausdruck findet, dass viele Festivals wie z.B. das IMPULS Festival für Neue Musik ihre Antennen in Berlin ausrichten, um hier Präsenz zu zeigen.

PH: Kannst Du ein konkretes Beispiel, nennen das für die Besonderheit der Berliner Szene stehen kann?

LB: Letzten August verkündete die Berliner S-Bahn, »atonale Musik« an den Bahnhöfen zu spielen, um Obdachlose zu vergrämen. Um das nicht so stehen zu lassen, riefen wir zu einer Protestaktion mit dem Titel »Atonale Musik für alle« aus. Innerhalb von zwei Tagen konnten wir ein Konzertprogramm mit ausgezeichneten Musiker*innen der Szene zusammenstellen. Dabei waren Mathis Mayr und Ernst Surberg des ensemble mosaik, Ruth Velten des Ensemble LUX:NM, Sirje Viise des Solistenensembles PHØNIX16 und der Flötist Erik Drescher. Die Komponistin Juliana Hodkinson hat eigens für die Aktion eine absurde Text-Performance über Atonale Musik vorbereitet.

PH: Wie siehst Du das Verhältnis von Freier Szene und Institutionen in Berlin?

LB: Berlin lebt davon, dass es beides gibt. Dank der Institutionen mit ihren Festivals sind hier regelmäßig internationale Formationen mit großen Produktionen zu Gast. Außerdem gibt es an den meisten großen Häusern auch Eigenproduktionen mit zeitgenössischer Musik.

Letztendlich aber fühle ich mich natürlich mehr mit der Freien Szene verbunden, die maßgeblich neue Impulse vorgibt. Trotz Antragsstellungsprozessen und den daraus resultierenden Vorläufen, kann sie viel schneller auf aktuelle Ereignisse reagieren und damit sind unsere Absprachen

untereinander auch viel enger. Die Institutionen wiederum greifen diese Bewegungen auf und verschaffen diesen dann einen größeren Rahmen.

Es gibt bereits Überschneidungen zwischen den großen Häusern und freien Gruppen, die es sich lohnt auszubauen: Die Häuser können von den Kompetenzen der Spezialensembles profitieren und die Freien Gruppen von der Wirkungskraft der Apparate.

PH: Und welche Aufgabe kommt field notes in diesem Spannungsfeld zu?

LB: Die Institutionen sind in ihrer Kommunikation natürlich professionell aufgestellt und brauchen dementsprechend dahingehend keine Unterstützung, aber profitieren von unserem Netzwerk bei Veranstaltungen mit zeitgenössischem Programm, die sich oft nicht leicht verkaufen. Mit den Akteur*innen der freien Szene ist der Kontakt viel enger. Mit einigen besprechen wir die Kommunikationsstrategie von Anfang an.

PH: Zum Bereich Kommunikation und Social Media insbesondere, was beobachtest Du hier für Besonderheiten im Bereich der zeitgenössischen Musik und könntest Du da grundlegende Empfehlungen geben?

LB: Grundlage aller Kommunikation ist, dass man benennen kann, was das ganz eigene künstlerische Profil ist. Dies beginnt schon bei der Auswahl des Repertoires, hört dort aber nicht auf. Ist das Profil oder die Essenz eines Projektes geklärt, ergibt sich alles andere ganz organisch bis hin zur Kommunikation über die sozialen Medien.

Das Problem der freien Szene ist häufig, dass die am künstlerischen Prozess Beteiligten selbst für die Vermittlung verantwortlich sind und alle im Schaffensprozess entstandenen Einzelmomen-



Lisa Benjes. Foto: Selfie.

te wertvoll erscheinen. Die Herausforderung besteht darin, einen Abstand einzunehmen und radikal zu vereinfachen. Wer nicht über ein enormes Budget verfügt, ist außerdem gezwungen, von den klassischen Vermarktungswegen abzuweichen und eigene Strategien zu finden. Dabei kann man ruhig auf die persönliche Handschrift vertrauen. Bestenfalls wird die Kommunikation als weitere künstlerische Ausdrucksform verstanden. Wenn die Kanäle, insbesondere die der Sozialen Medien, als weitere Bereiche der künstlerischen Aktion erschlossen werden und die Inhalte über die reine Bewerbung

der Veranstaltung hinausgehen, kann es sogar Spaß machen.

PH: Es gibt noch andere Faktoren der Kommunikation wie Fotos oder Video. Hier fällt oft auf, dass die freie Szene oder auch Komponist*innen oft wenig gutes Material vorweisen können oder zu wenig investieren. Wie kannst Du das aus Deiner Sicht beschreiben und bewerten?

LB: Damit sieht es bei uns tatsächlich ziemlich traurig aus. Übrigens ein Grund, weshalb wir das field notes-Magazin nur zweifarbig drucken: Die Qualität der Bilder fällt schlicht nicht so schwer ins Gewicht. Warum meinen Musiker*innen, es sei eine gute Idee, sich mit ihren Instrumenten in einem Wald, auf einer Baustelle oder vor einer Backstein-, Beton-, oder graffitiverzierten Mauer abzulichten?

Aber Spaß beiseite: Natürlich kann man kritisieren, dass viele Gruppen keine oder schlechte Bilder verwenden. Man muss aber auch die Hintergründe dafür kennen: Nur wenige Ensembles verfügen über eine Basisförderung, die es erlaubt, Strukturkosten zu decken. Die meisten hangeln sich von einer Projektförderung zur nächsten, die nur projektbezogene Kosten decken. Ein weiterer Grund – meine persönliche, gänzlich unfundierte These – könnte sein, dass Musiker*innen eher auditive Typen sind, denen der visuelle Teil der Arbeit nicht so wichtig ist.

PH: Das Fassen von zeitgenössischen Musikprojekten in Sprache, gehört sicher mit zum schwersten in der Kommunikation. Was macht für Dich einen guten Text aus, welchen Ton empfindest Du als angemessen?

LB: So unterschiedlich die Projekte sind, müssen auch die Texte verfasst werden. Grundlage für

einen soliden Text ist natürlich immer die Benennung der Rahmenbedingungen. Wie bei der Feuerwehr kann man sich erst einmal an den W-Fragen entlang hangeln. Spätestens beim »Wie« muss die Musik in Text übersetzt werden. Dabei kommt es aber nicht auf die Genauigkeit der Übersetzung an, sondern auf den Ton. Bei einer Beschreibung muss versucht werden, die Stimmung des Projekts zu erfassen und diese in einen Text zu transformieren. Wenn das Projekt ästhetisch radikal ist, empfiehlt es sich, dafür einen expressiven Ton anzuschlagen.

PH: Ist der »Monat der zeitgenössischen Musik« als »Marke« sozusagen angekommen in der Szene, aber auch in der Außenwahrnehmung? Wohin soll es noch gehen?

LB: Es ist verblüffend, wie schnell sich der »Monat der zeitgenössischen Musik« etabliert hat. Im ersten Jahr haben wir das meist ohnehin geplante Septemberprogramm als Musikmonat deklariert. Heute berücksichtigen viele Akteur*innen den »Monat« in der Jahreskonzertplanung und auch den Medien ist er mittlerweile ein Begriff. Die Planungssicherheit erlaubt, dass Schwerpunkte gesetzt werden können, sodass die einzelnen Spielarten der Berliner zeitgenössischen Musik differenzierter betrachtet werden kann. Das Format wird in anderen Städten (übrigens auch von der Berliner Jazzszene) in etwas abgewandelter Form übernommen und wir wurden verschiedenartig nach Kooperationsmöglichkeiten gefragt. Mittlerweile sind auch internationale Veranstalter*innen auf den »Monat« aufmerksam geworden und bitten uns darum, ihnen individuelle Touren zusammenstellen. Das hat uns auf die Idee gebracht, den »Monat« nicht nur als Präsentationsfläche für das Berliner Publikum zu nutzen, sondern auch als Grundlagen der Vernetzung

zwischen Berliner Formationen und nationalen und internationalen Veranstalter*innen. Im September soll daher künftig Fachpublikum in Delegationen eingeladen werden, um eine gezielte Vernetzung der Szene über Berlin hinaus zu ermöglichen. Um der medialen Unterrepräsentanz entgegenzuwirken, werden ab diesem Jahr in einem gemeinsamen Projekt mit Klangzeitort, Positionen und field notes durch eine Schreibwerkstatt junge Journalist*innen an die Kunstsparte herangeführt. Dies fördert nicht nur kurzfristig die Auseinandersetzung mit der

zeitgenössischen Musik in den Medien, sondern bietet vor allem langfristige Perspektiven, dieser Musik in ihrer medialen Auseinandersetzung eine größere Präsenz zu verschaffen – so die Hoffnung.

Patricia Hofmann ist Musikwissenschaftlerin und betreut seit 2007 die Festivals MaerzMusik, Musikfest und Jazzfest in der Presseabteilung der Berliner Festspiele. Sie ist Teil unserer Creative Cloud und interessiert sich wie Lisa Benjes für neue Formen Musik zu kommunizieren.

STEVE REICH

01. - 07.05.2019 staatsoper hannover

IN KOOPERATION MIT NDR RADIOPHILHARMONIE hmtwh hochschule für musik theater und medien hannover Musik 21 Niedersachsen Landeshauptstadt Hannover Kulturbüro

9 Konzerte mit Musik von Steve Reich
Detaillierte Programm Informationen auf:
www.staatsoper-hannover.de/oper/klangbruecken
und www.musik21niedersachsen.de/programm

FÖRDERER UND PARTNER: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur, Landeshauptstadt Hannover Kulturbüro, Stiftung Niedersachsen, musik für heute e.v., NORDSTADT KONZERTE, SPRENGEL MUSEUM HANNOVER, BLICKPUNKTE e.v. Dialog • Vielfalt • Kulturen

Musik 21 Niedersachsen wird gefördert durch das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur. Das Kulturbüro der Landeshauptstadt Hannover fördert Musik 21 – NGNM e. V. und Musik für heute e. V. institutionell.