

# Vermittlungsarbeit

Die Diskussion um das Für und Wider von Vermittlungsarbeit im Bereich der zeitgenössischen Musik wird heute vor dem Hintergrund einer rund fünfzigjährigen Erfahrung im Umgang mit der neuen Musik geführt. In den letzten Jahren hat diese Diskussion insofern eine Wendung erfahren, als die Rezeption der neuen Musik in eine zweite Phase getreten ist, die vom (allmählichen) Übergang von Fachzirkeln hin zu einer breiteren Öffentlichkeit gekennzeichnet ist. Die zeitgenössische Musik hat, mehr als so manche »konservative« Kulturkritiker es glauben machen, an erstaunlich vielen Orten im Konzertbetrieb Fuß gefaßt. Sie findet längst nicht mehr allein hinter den verschlossenen Türen der Kenner und Experten statt – und gerät damit in zunehmendem Maße in das Kraftfeld gesellschaftlicher Veränderungen. Am Begriff der »Vermittlung« lassen sich die damit verbundenen Probleme und Perspektiven, die Verschiebungen und Reibungen gut beobachten. Seine Omnipräsenz in der Sprache der Kulturpolitiker und Veranstalter macht zumindest zweierlei deutlich: zum einen den Wunsch einer breiten musikinteressierten Öffentlichkeit, an der zeitgenössischen Musik – qua Vermittlung – teilzuhaben; zum anderen die Auffassung, daß ein steiles Informationsgefälle Werk und Hörer trennt und beide Parteien überhaupt erst auf dem Wege des durch Vermittlung angestifteten Dialogs zusammenfinden können. Die eigentliche Brisanz in der Diskussion dürfte dadurch begründet sein, daß die primär von Kulturpolitikern und Intendanten aufgeworfene Frage nach der Vermittlung an den Grundfragen des Verstehens und adäquaten Hörens von neuer Musik rüttelt. Die auf Vermittlung insistierenden Veranstalter geraten jedenfalls bei den Künstlern schnell in Verdacht, die unmittelbare ästhetische Erfahrung durch das Tauschgeschäft gegen bloße Information ersetzen zu wollen; an Orten der Vermittlung hafte der Geruch von Schulklassen. Diesem Vorbehalt steht der vielfach geäußerte Wunsch nach Hintergrundinformation und Vermittlung von Seiten des Publikums gegenüber, der umso lauter wird, je stärker die neue Musik – etwa in Abonnementskonzerten oder nicht-spezialisierten Musikfestivals – auf eine breite Zuhörerschaft trifft.

## Gewachsene Vielfalt

Ehe auf aktuelle Entwicklungen eingegangen wird, soll zunächst ein kurzer Blick auf die historischen Voraussetzungen und Erblasten der Vermittlungsarbeit fallen. Wie sehr die Geschichte gegenwärtige Rezeptionsformen prägt, mag man allein an dem Vorwurf able-

sen, Vermittlung von neuer Musik basiere auf einem längst obsolet gewordenen, bildungsbürgerlichen Anspruch, wie er sich im 19. Jahrhundert herausgebildet hat. Fraglos hat sich in der Zeit um 1800 zwischen der Musik, die vormals auf der ästhetischen Kategorie der Unmittelbarkeit beruht hat und plötzlich »verstanden« werden will, und dem Hörer eine breite Zone der intellektuellen Reflexion geschoben, in der sich auch heutige Vermittlungskonzepte bewegen. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, daß viele Vermittlungsansätze entscheidende Momente der bildungsbürgerlichen Entwicklung rückgängig machen. An der Sozialgeschichte der bildenden Kunst und der Musik läßt sich gleichermaßen beobachten, wie die Aufnahme von Kunst im Zeitalter ihrer Institutionalisierung von einem Prozeß der Vereinzelung und zunehmenden Anonymität begleitet wird. Der Weg reicht von der allmählichen Auflichtung der ehemals voll gehängten Galeriewände bis hin zum »white cube«, von der Abdunkelung der Konzertsäle, der sukzessiven »Bereinigung« von Potpourri-Programmen und dem allmählichen Verstummen der redseligen Dilettanten-Hörer bis hin zu dem von Adorno als adäquat erachteten stummen Partiturstudium; am Ende bleibt der Betrachter allein und schweigend vor dem Bild zurück, Werk und Hörer stehen sich als abstrakte Größen gegenüber. Dieser Vereinzelung, die zu der oft beklagten Verschlossenheit und Partikularität von Kunst geführt hat, versuchen Vermittlungskonzepte entgegenzutreten, welche die stille und distanzierte Betrachtung von Kunst durch das vielstimmige Gespräch von Werk zu Rezipient und von Rezipient zu Rezipient abzulösen versuchen – ein Rückgriff auf die kontextuelle Topologie des Barockzeitalters.

Im Bereich der neuen Musik wird dieser kommunikative Aspekt bei der Vermittlungsarbeit oftmals betont: Es darf und soll wieder geredet, geguckt, gestaunt und gestritten werden. Die kontemplative Aura, die sich im 19. Jahrhundert herausgebildet und im 20. Jahrhundert zum Ideal (und Ritual) des stillen, verinnerlichten Hörens verfestigt hat, wird zugunsten einer offenen Hörsituation aufgebrochen, in der der Konzertgänger etwa zum physischen Erwandern von Klangräumen oder zum interaktiven Spiel mit Klanginstallationen aufgefordert wird. 1924 trat 9

1 In: *Musikblätter des Anbruch* 6, 1924, S. 329-341.

3 Vgl. etwa Hans Heinz Stuckenschmidt, *Das Neue Hören*, in: SMZ 100 (1960), Heft 12, S. 347

2 Wolfgang Kemp, *Zeitgenössische Kunst und ihre Betrachter. Positionen und Positionszuschreibungen*, in: ders. / Hrsg.), *Jahrbuch für moderne Kunst, Jahresringe 43*, Köln: Octagon 1996, S. 15.

4 Friedrich Schleiermacher, *Über die Religion*, 1799. Vgl.: J. Hörisch, *Die Wut des Verstehens. Zur Kritik der Hermeneutik*, Frankfurt / Main 1988; W. L. Schneider, *Objektives Verstehen. Rekonstruktion eines Paradigmas: Gadamer – Popper – Tulmin – Luhmann*, Opladen 1990.

installationen aufgefordert wird. 1924 trat Alban Berg mit dem Aufsatz *Warum ist Schönbergs Musik so schwer verständlich?* als musikwissenschaftlich argumentierender Publizist vor das Werk Schönbergs<sup>1</sup>; heute gehen Vermittlungskonzepte weit über den Radius von Text und Theorie hinaus und greifen auf nahezu alle Bereiche der Konzeption von Musikveranstaltungen über: Sie fließen in die Gestaltung von perspektivischen Konzertprogrammen ein, die Verbindungslinien zwischen Alt und Neu ziehen oder nach thematischer Verklammerung suchen; Musiker und Komponisten werden in Workshops und Werkstattgespräche einbezogen; Konzerte durch Einführungen, Seminare oder gar Akademien begleitet; Veranstaltungen werden als Musikfest inszeniert, welches Landschaft und Umgebung bespielt – Mitternachtssuppe und Busstransfer inklusive. »Step across the border«, so lautet die Aufforderung der Vermittler an die Konzertbesucher, die Schwellenängste überwinden und auf Tuchfühlung gehen sollen. Hörer und Veranstalter entdecken die taktile, sinnliche Qualität der neuen Musik. Der Werkkommentar des Komponisten, eine Usance des um Vermittlung bemühten Programmheft-Musikbetriebs, wirkt angesichts dieser Vielfalt wie ein Fossil der frühgeschichtlichen Vermittlungsarbeit von neuer Musik – niemand glaubt heute ernsthaft mehr, daß durch wenige (sich ohnehin oft in Verweigerung übende) Komponistenworte Vermittlung zu haben sei. Interaktivität, Diskursivität, Multimedialität sind die ehrgeizigen Stichwörter der modernen Vermittlungsarbeit.

## Variable Ziele

Hinter all den beschriebenen Modi der Vermittlung von neuer Musik verbirgt sich die heikle Frage, auf was Musikvermittlung im Kern zielen solle: primär auf Aufklärung und Belehrung, auf Erfahrungserweiterung oder eher auf Erlebnisgewinn und Zerstreuung. Alternative: primär auf Aufklärung und Belehrung, auf Erfahrungserweiterung oder eher auf Erlebnis und Entdeckung. Das Publikum außerhalb der Neuen-Musik-Szenen sucht fraglos in erster Linie nach den Wissensbausteinen, die das ästhetische Erlebnis erklären und begründen sollen. Und hier ist insbesondere die Frage nach der Komponistenabsicht als typische Publikumsreaktion anzusehen. Der Kunsthistoriker Wolfgang Kemp hat die Rückversicherung bei der »intentio auctoris« das »Amen der ästhetischen Kirche« genannt<sup>2</sup>; sie wird im Bereich der (neuen) Musik gleichermaßen ins Gebet genommen. An aktuellen Vermittlungskonzepten lassen sich gegenläufige Tendenzen

beobachten: der »subjectivist turn« vom Komponist zum Hörer, die Abkehr von einer theorielastigen Vermittlungstradition zugunsten einer Kommunikation von ästhetischen Erfahrungswerten. Im Extremfall widersetzt sich Vermittlung bewußt der Dekodierung. Die Rezeptionsgeschichte der seriellen und nachseriellen Musik hat jedenfalls gezeigt, daß ein primär auf Struktur fixiertes Hören schnell in eine Sackgasse mündet. Die Behauptung, daß »strukturelles Hören« von dodekaphoner Musik durch Übung und Erfahrung im Wahrnehmen von Reihengestalten einzulösen sei<sup>3</sup>, dürfte inzwischen der Auffassung gewichen sein, daß Struktur im Klang aufgeht und vom Hörer also primär über ihre ästhetische Außenhaut zu erfahren ist. Die Betonung der phänomenologischen, sinnlich-erfahrbaren Qualität ist Folge dieser Überlegung.

Im Dreieck von Komponist, Werk und Hörer kommt es trotz dieser verfeinerten Vermittlungsansätze immer wieder zu Reibungen. Ein kaum aufzulösender Widerspruch liegt in der Schiefelage von Kunstautonomie einerseits (die um Vermittlung nicht bemüht ist, ja von dieser vollkommen unabhängig existiert) und der auf Dialog fixierten Vermittlungsarbeit andererseits. Möglich, daß dieser Gegensatz in den letzten Jahrzehnten an Schärfe verloren hat, da nur noch wenige Künstler und Komponisten den gesellschaftlichen Querstand, die Verweigerung von Rezeption beabsichtigen. Zur Blütezeit der Avantgarde hätte eine Diskussion um Vermittlung eher lächerliche Züge getragen. Auch wenn die neue Musik bisweilen die Verweigerungshaltung aufgegeben hat, bezieht sie doch ihr kreatives Potential oftmals aus der Erfindung neuer künstlerischer Realitäten. Ein zunächst nicht »verstehendes« Publikum bleibt deswegen auch heute noch in vielen Fällen ein gutes Publikum. In der Einebnung dieser notwendigen Widerstände lauert die Falle einer vorschnellen Vermittlungsarbeit.

Ein anderes Problemfeld hängt unmittelbar mit dem Medium Musik zusammen: Schwierig bleibt der »vermittelnde« Austausch über das Musik-Erlebnis, wie er etwa im Publikumsgespräch gesucht wird. Die Artikulations-Grenze zieht sich eng um das subjektive, nur schwer verbalisierbare Hörerlebnis des einzelnen. Die Musik gibt darüber hinaus in den seltensten Fällen »Themen« vor, über Interpretation läßt sich im Bereich der neuen Musik mit einem breiten Publikum so gut wie gar nicht sprechen, da Vergleichsmöglichkeiten fehlen – Theaterdramaturgen stehen da vor günstigeren Voraussetzungen. Sensualistische Vermittlungsansätze, die sich der »Wut des Verstehens«<sup>4</sup> widersetzen, drohen vor die-

sem Hintergrund auf die Kommunikation von objektiven Werk-Informationen zurückzufallen.

George Steiner hat in seiner Schrift *Von realer Gegenwart*<sup>5</sup> gegen die heutige Praxis des fortdauernden Kommentierens und Paraphrasierens polemisiert; in der »sekundären Stadt« drohe die direkte (Kunst)Erfahrung von einem »parasitären Diskurs« überwuchert zu werden. Eine optimale Musikvermittlung schafft es demgegenüber, Schleifen einzubauen, die von der Vermittlung immer wieder zurück zum Musikstück und seinem unmittelbaren ästhetischen Erleben führen.

## Hörer als Adressat

Über diese Prämissen der Vermittlungsarbeit wird seit langem nachgedacht und diskutiert; verändert hat sich das gesellschaftliche Umfeld, in dem neue Musik aufgeführt und wahrgenommen wird. Durch die Spannungsfelder von Aufführungsbedingung und Programmintention, von Finanzierung und autonomer Programmarbeit, von Publikumsöffnung und Anspruchssicherung fließen neue Überlegungen in die Diskussion um die Vermittlung von neuer Musik ein. Das einst durch staatliche Subvention gesicherte Reservat der neuen Musik wird durch die Forderung nach Quote, Akzeptanz und finanzielle Absicherung neu hinterfragt. Die gewaltig sich ausbreitenden Musikfestivals spielen dabei eine wichtige Rolle. Skeptiker deuten ihre Konjunktur als »festivalitis«, die nach der Ansteckungswelle im »klassischen« Bereich zu Beginn der achtziger Jahren mit gut zehnjähriger Verzögerung die neue Musik infiziert. Für die Mehrzahl jedoch scheint die Öffnung der neuen Musik im Umfeld der Festivals eine Chance auf kreative Entfaltung zu beinhalten; die Interpreten, Komponisten und das Publikum begrüßen die neu entstandenen Spielstätten und Konzertformen. Unumstritten ist, daß sich die neue Musik – neben den traditionsreichen Festivalorten in Donaueschingen und Witten – in zunehmendem Maße in vielen kleineren Festivals, oftmals abseits der Metropolen, ausdehnt. An die Seite der Rundfunkhäuser, die im Konzertbetrieb über Jahrzehnte die wichtigsten Träger der neuen Musik waren, ist damit ein neuer Veranstalter-Typus getreten. Die oftmals aus dem Engagement einzelner Personen hervorgegangenen Initiativen können nicht aus einem gesicherten Etat schöpfen, sondern sind auf die projektbezogene Akquisition von Fördergeldern angewiesen. Der Publikumszuspruch ist in diesem Zusammenhang zu einer entscheidenden Größe avanciert: weniger als Einnahmequelle, denn als

Bringschuld gegenüber den Geldgebern der öffentlichen Hand, den privaten Stiftungen und Sponsoren. Diese wollen zwar nicht, wie oftmals zu hören ist, auf die Programmauswahl mäßigend Einfluß nehmen, sind aber um Legitimation ihrer Förderaktivitäten bemüht und drängen auf Publikum, das nicht nur erscheint, sondern auch erreicht wird. »Vermittlung« ist so zu einem Schlüsselbegriff im Musikbetrieb geworden, auch zu einem entscheidenden Förderkriterium: Wer »vermittelt«, hat gute Chance auf freundliche Briefe aus den Zentralen der Geldvergabestellen – seitdem florieren Komponistengespräche und Konzerteinführungen, und die eloquente oder publizistische Begabung der Komponisten hat Marktwert. Insider, die sich in einer elitären Attitüde gefallen, mögen diese Entwicklung beklagen; durch die Gründung zahlreicher Festivals für neue Musik und ihre Öffnung für ein breiteres Publikum, durch die neuen, auf »Vermittlung« angewiesenen Veranstalter stehen die Chancen jedoch nicht schlecht, daß zeitgenössische Musik an gesellschaftlicher Relevanz gewinnt. Intelligente, ideenreiche und auf die Kunst reagierende Vermittlungsansätze könnten hier eine Kommunikationsplattform bieten. Vielleicht ist es keine Übertreibung zu behaupten, daß im Zuge der beschriebenen Entwicklung das Publikum neu entdeckt wird. Die Hörer (und nicht der lang gehegte, persönliche Intendantentraum) sind der Adressat von Programmarbeit. Diese verstärkte Ausrichtung auf ein Publikum zieht weitreichende Konsequenzen nach sich; sie lassen sich auch an den Aktivitäten der Rundfunkhäuser ablesen, die im Trend der Zeit einige ihrer Veranstaltungen zu Festivals erweitern und ihre Konzerte längst nicht mehr als Papierprogramme, sondern mit Blick auf ein hörendes (und zahlendes) Publikum gestalten.

Vermittlung von neuer Musik ist fraglos ein schwieriges Geschäft – die Musikfestivals schaffen immerhin gute Rahmenbedingungen, ja, man wird sagen können, daß ihre Konzertform selbst bereits vermittelnde Aspekte in sich trägt, die gerade die Erfolgsstory der Festivals begründen. An vielen Orten haben ideenreiche Veranstalter Festivals zu spannenden Ideen- und Vernetzungsagenturen umgewandelt, in denen herkömmliche *Konzertsituationen* aufgebrochen werden. Unterschiedliche Präsentations- und Vermittlungsformen, Epochen, Musikstile, Kunstgenres können auf engem Raum kombiniert und in Spannung zueinander gesetzt werden. Das größte Kapital der Musikfestivals ist bei all dem vielleicht der Faktor »Zeit«: die gesteigerte Aufnahmebereitschaft und Muße der Festivalbesucher – eine notwendige Voraussetzung für funktionieren-

5 Georg Steiner, *Von realer Gegenwart*, München: Hanser 1990.

de Vermittlung.

Ein Rezept, wie Vermittlung von neuer Musik auszusehen habe, kann es freilich nicht geben. Sie ist aus der jeweiligen Konzertsituation abzuleiten. Vermitteln heißt, Berührungspunkte zu schaffen – diese sind stets neu zu setzen. Dort, wo die Musik schon in sich vermittelnde Züge trägt, droht der »Dialog« mit dem Publikum tautologisch zu werden. Dort, wo die neue Musik »schwergängig« ist, kann der – wie auch immer realisierte – Brückenschlag zum Publikum ein Musik-Erlebnis überhaupt erst ermöglichen.

Wunschträume? Ein Künstler, der im Prozeß der Vermittlung nicht einen relativierenden, überflüssigen oder gar kunstfremden Vorgang wittert; ein Hörer, der nicht partout (und gleich) verstehen will, Veranstalter, die Musik feinfühlig in einen quasi-künstlerischen Prozeß der Vermittlung einbeziehen – und ihr Geheimnis bewahren. ■