

# Der Berg und der Prophet

**B**edarf neue Musik der Vermittlung, um ihr Publikum zu erreichen? Braucht sie überhaupt ein möglichst großes Publikum? Verträgt sich denn der Gedanke der neuen Musik mit dem einer Popularisierung? Immerhin definierte sich die neue Musik der Nachkriegszeit, wenn man von Theodor W. Adorno als ihrem wirkmächtigsten Fürsprecher ausgeht, in Abgrenzung zur Massenkultur der »Kulturindustrie«. Gibt es ein richtiges Leben im falschen?

Wer sich in Westdeutschland bis wenigstens in die 1970er Jahre als Außenstehender in ein Konzert neuer Musik verirrt, wird sich vielleicht nicht nur an ungewohnte, sperrige Klänge erinnern, sondern auch an die prüfenden Blicke des einen oder anderen Kompositions-Professors, der sich wunderte, wenn dort einer im Publikum saß, den er noch nie in seinen Lehrveranstaltungen gesehen hatte. Neue Musik schrieb sich mit großem N. Sie war kategorisch neu, eine eigene Kategorie von Musik, die auf andere Genres verächtlich herabsah.

Die Frage, ob diese Musik jemals ein breiteres Publikum erreichen sollte, stellte sich nicht. Sie war nicht durch die Zahl ihrer Zuhörer gerechtfertigt, sondern durch den »Fortschritt des musikalischen Materials«. Von diesem Fortschrittsgedanken waren manche ihrer Adepten nicht weniger beseelt als ein streng gläubiger Marxist vom Fortschritt der Geschichte hin zur Diktatur des Proletariats. Bei einem Konzert von Steve Reich konnte es passieren, dass Besucher ebenso erregt und verärgert den Saal verließen wie seinerzeit bei Strawinsky. Handelte es sich nicht um einen »Rückschritt« in die Gefilde banalster Tonalität? Hinter Schönberg und Webern führte kein Weg mehr zurück.

Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen: Es geht hier nicht um eine Spiegelfechterei mit der Vergangenheit, schon gar nicht um eine Polemik gegen die neue Musik, auch wenn die Frage erlaubt sein muss, ob Werke von Stockhausen oder Boulez fünfzig Jahre später immer noch als neu bezeichnet werden können und ob atonale Musik ein Jahrhundert nach ihrer Entstehung nicht längst zu einem Genre neben anderen geworden ist. Ob also Neue Musik mit großem N, also als fest stehendes Genre, nicht längst zu einem Paradox geworden ist und vielmehr Musik nur noch neu sein kann, wenn sich das »neu« bewusst klein schreibt: jenseits der Genre Grenzen, im Offenen, Ungesicherten, ohne Anspruch auf Alleingültigkeit oder Permanenz.

Aber man muss sich das hochmütige Gebaren in Erinnerung rufen, mit dem einige Jahrzehnte lang eine zahlenmäßig kleine Elite darauf verzichtete zu können glaubte, das

gemeine Volk von der Wahrheit ihrer Erkenntnisse zu überzeugen, um zu verstehen, warum bei zunehmend knappen Kassen die Frage aufgenommen musste, ob die öffentliche Förderung nur eine spiritistische Sekte erreichte oder welchen Nutzen der Steuerzahler, also das breite Publikum von den Kompositionsaufträgen und Aufführungen hatte. Keiner will das Rad zurückdrehen, aber der Rechtfertigungsdruck ist gestiegen. Wenn neue Musik förderungswürdig bleiben will, muss sie beweisen, dass sie mehr ist als die Musik einer kleinen Minderheit, von Spezialisten für Spezialisten. Wenn der Berg nicht zum Propheten kommt, muss sich dieser wohl erheben und sich auf den mitunter beschwerlichen Weg zum Berg machen. Der Berg: Populus, das Volk. Ein breites Publikum.

Sicher sieht die Realität längst anders aus. Aber noch hält sich das Vorurteil, neue Musik sei nur etwas für eine kleine Anzahl von Spinne nern. Vorurteile sind schwer zu zerstreuen. Wer nicht selbst zu den Anhängern der neuen Musik gehört, geht nach dem Hörensagen. Noch hat sich nicht unter allen Zeitungskritikern herumgesprochen, dass Konzerte neuer Musik, nicht nur in Donaueschingen, manchmal schon Wochen vorher ausverkauft sind. Dass das Publikum bei manchen Konzerten – selbstverständlich nicht bei allen – lang anhaltenden, begeisterten Applaus spendet. Dass zu den Konzerten keineswegs nur Musikhochschüler kommen, sondern ein durchaus gemischtes, neugieriges Publikum, das – ähnlich wie bei Ausstellungen zeitgenössischer Kunst wie der *Documenta* – ständig zunimmt.

## Was heißt Vermittlung?

Anhänger neuer Musik benötigen keine Vermittlung. Ebenso wenig diejenigen, die sie rundweg ablehnen. Vermittlung fordern die – auf dem Gebiet der Kunst nicht weniger als auf dem der Musik – die selbst mit zeitgenössischer Musik oder Kunst nicht richtig warm werden, aber begriffen haben, dass sie nicht einfach wieder aus der Welt zu schaffen ist. Aber natürlich ist diese Forderung nicht neu. Längst gibt es landauf landab tausenderlei Initiativen. Interessant könnte insofern sein, nicht neue Modelle zu entwickeln, sondern zunächst einmal die erprobten Ansätze vorzustellen und auszuwerten.

CAGE100 – Eröffnung am 7. Juli mit einem Flyer-Papierfliegerabwurf vom Turm des Alten Rathauses auf den Markt zu Leipzig. *Cage100* ist ein internationales Festival unter Schirmherrschaft von Pierre Boulez, das von Juli 2012 bis Juli 2013 mit einhundert Veranstaltungen in über dreißig Ländern stattfindet. Veranstalter: Forum zeitgenössische Musik Leipzig, künstlerische Leitung: Thomas Christoph Heyde. (©FZML, Foto: Steffi Loos – www.fotokombinat.de)



Aber was heißt Vermittlung? Lässt sich neue Musik erklären? An dieser Stelle – in der Kunst wie in der Musik – melden sich in der Regel die Vertreter einer Auffassung zu Wort, der zufolge Kunst nur für sich selbst sprechen kann und sich nicht in Worte fassen lässt. Zweifellos ist diese Skepsis bis zu einem gewissen Grad berechtigt. Die Regeln des Kontrapunkts, der Sonatenhauptsatzform oder der Zwölftonreihe zu kennen, kann das musikalische Erlebnis nicht ersetzen, sonst könnte man sich die Aufführung sparen. Aber eben der Umstand, dass es diese Regeln gibt, beweist, dass Kompositionen nicht in einem Geniestreich, durch Eingebung der Musen, auf einer Tabula Rasa der Imagination, aus dem Nichts entstehen, sondern wie jede Kunst immer vor dem Hintergrund eines umfangreichen Lehrwissens, komplexer Argumentationen und vielfältiger Bezüge. Davon einer weniger gut informierten Zuhörerschaft etwas mitzugeben, kann durchaus eine Hilfestellung sein, in der Barockmusik nicht weniger als auf dem Gebiet der gegenwärtigen Tonkunst.

Allein das Publikum anzusprechen, kann Schwellen abbauen, aber natürlich nur, wenn dies nicht in Form einer Belehrung von der Kanzel herab geschieht. Entscheidend bleibt trotz allem in jedem Fall, inwieweit die musikalische Aufführung überzeugt. Wenn jemand so eloquent wie Matthias Spahlinger zu seinem Werk *Sieben Farben der Frühe* Stellung bezieht, das zugleich einen so starken Eindruck hinterlässt wie die Uraufführung unter James Avery, wenn er dann auch noch so deutlich auf die Grenzen des eigenen Tuns hinweist wie Spahlinger, fügt das Gespräch dem Konzert etwas hinzu. Wenn dagegen ein jüngerer Komponist sich in Äußerungen ergeht wie: Sein Ziel sei

4 Klänge zu komponieren, die noch niemand

gehört habe, sich das Werk dann aber genau so anhört wie neue Musik seit fünfzig Jahren, sind alle Bemühungen umsonst.

Gesprächskonzerte und Komponistengespräche stoßen, wenn sie gut gemacht sind, durchaus auf Interesse. Inwieweit die Ansprache des Publikums und ein paar Erläuterungen nützlich sein können, hängt natürlich auch von den Umständen ab: Bei einem Neue-Musik-Festival kann von ganz anderen Voraussetzungen ausgegangen werden als bei einem raren Konzert in einer Kleinstadt. Aber zumeist kommen zu Konzerten neuer Musik Hörer, die schon ungefähr wissen, was sie erwartet und genau diese Art von Musik auch hören wollen. Ihnen Zusatzinformationen mitzugeben, kann sinnvoll sein, größere Hörerkreise erschließen sich damit in der Regel nicht. Was Außenstehende davon abhält, Konzerte neuer Musik zu besuchen, ist oft weniger fehlendes Wissen, als vielmehr, dass diese Musik so fremdartig und ungewohnt klingt. Das bedeutet, es geht weniger um eine intellektuelle Annäherung, sondern viel eher darum, potenzielle Zuhörer erst einmal dazu zu bewegen, sich diese neue Musik überhaupt anzuhören, sich auf sie einzulassen, sich an sie zu gewöhnen. Konzerte zu veranstalten, ohne Eintritt zu erheben, könnte hier sicher einiges bewirken, nur notorisch unterfinanzierten Veranstaltern ist dies nicht immer abzuverlangen. Aber es gibt in letzter Zeit eine Vielzahl guter Ideen, diesem Manko abzuweichen. Es geht darum, neue Musik attraktiver, das heißt erlebnishafter, den Sinnen zugänglicher, letztlich ihre inhaltlichen Kontexte in ihrem klanglichen So-Sein erfahrbar zu machen.

Synästhetische Programme können dazu beitragen. Film und Video in Konzerten und Festivals sind längst keine Seltenheit mehr. Das

Es war schon zum Unwort geworden, lange ehe die veranschlagte Dauer von vier Jahren abgelaufen war: Vermittlung. Dabei handelte es sich um eines der größten und ehrgeizigsten Projekte zur Förderung der zeitgenössischen Musik, über das alle in diesem Sektor Arbeitenden eigentlich nur hätten jubeln können: über das *Netzwerk Neue Musik* (2008-2011), das sich die Vermittlung der ungeliebten Musik an ein breiteres Publikum auf die Fahnen geschrieben hatte. Der Jubel aber blieb seltsamerweise aus. Der staatlicherseits bereitgestellte Geldsegen, demokratisch verteilt an fünfzehn Netzwerke in Deutschland, sorgte – im Gegenteil – für Unmut, Neid und Kritik. Mehr noch verhinderte er letztlich einen kritisch-produktiven, öffentlichen Diskurs über die Erfahrungen dieser konzentrierten Vermittlungsaktion. Wir bieten dafür in diesem Heft, zwangsläufig rudimentär, eine Möglichkeit an. (Vgl. den Text *Der Elfenbeinturm öffnet sich ...*). Verpasst wurde damit auch der dringend notwendige Diskurs über eine Änderung der Förderstrukturen, für die das Netzwerk beispielhaft einstand: weg von der einseitigen Produktförderung (die längst zu institutioneller und ästhetischer Stagnation geführt hat), hin zu einer Förderung der Verbreitungsstrukturen.

Mit der Fokussierung von Vermittlung wurde der Blick zudem auf Entwicklungen gelenkt, die durch die 68er angestoßen wurden, als sie danach fragten, wozu diese Avantgarde und ihre ästhetische Fortschrittlichkeit überhaupt nütze ist, wenn sie keiner hören will. Zunehmend wird seitdem die musikalische Moderne inklusive ihre Aufführungs- und Festivalpraxis von Strategien geprägt, die letztlich auf Vermittlung – und Popularisierung – aus sind. (Die Cage-Rezeption in Deutschland kam da gerade zur rechten Zeit.) Das Begriffspaar Vermittlung /Popularisierung nahmen wir zum Anlass, um einige Aspekte des Für und Wider dieses gegenwärtigen Prozesses vor dem Hintergrund des abendländischen Kunstwerkbegriffs zu erörtern. Über den Hochmut und das Paradox des großen »N« und das immerwährende Wagnis, neue Musik breiten Hörerkreisen zu erschließen, dachte Dietrich Heißenbüttel nach. Carolin Naujocks hinterfragte die sozialen und kulturellen Implikationen von populär vs. elitär. Diskutiert werden maßgebliche Veränderungen konzertanter Praxis, die per se sich offen für jedermann präsentierende Klangkunst auf ihren Popularitätsbonus hin befragt, Methoden werkimmanenter Vermittlung erörtert, junge Ensembles vorgestellt, die ihre Aufführungspraxis längst umgestellt haben u.a.m. Diskutieren Sie mit uns im Internet-Forum <http://forum.positionen-net>.

Gisela Nauck

bewegte Bild kann aber auch von der Musik ablenken, den Ton zum Hintergrundgeräusch reduzieren. Es kommt wie immer darauf an, wie es gemacht ist, in diesem Fall ganz besonders darauf, ob es eine innere Notwendigkeit gibt, Bild und Ton miteinander zu verbinden. Die Musik kann, etwa bei alten Stummfilmen, gegen den Film anspielen. Oder der Film kann, wie bei Phil Niblock, ein Panorama bieten, auf dem sich die Augen ausruhen können, während der Klang obsessiv den Raum füllt. Eine behutsame, der Musik angepasste Lichtregie kann die Wirkung der Musik verstärken, ohne die Aufmerksamkeit abzulenken. Wie wäre es, den Raum phasenweise in völliges Dunkel zu tauchen, aus dem noch die leisesten Töne nur umso deutlicher hervortreten?

### Jenseits des Konzertsaals

Allein den Konzertsaal zu betreten, kann aber für breite Bevölkerungsschichten bereits eine psychologische Hemmschwelle bedeuten. Dem lässt sich mit Aufführungen an anderen Orten entgegenwirken: im öffentlichen Raum, in Läden, Fabriketagen, Jugendzentren, Senio-

renresidenzen, Kirchen, Ratssälen oder temporär ungenutzten Räumen. An Orten, deren gewöhnliche Nutzer vielleicht noch nie etwas mit neuer Musik zu tun hatten, aber wenn diese in »ihrer« Umgebung aufgeführt wird, neugierig genug sind zu kommen. Wenn der Berg nicht zum Propheten kommt, muss der Prophet eben zum Berg wandern.

Solche Ereignisse haben keinen Seltenheitswert mehr. Längst verlassen auch Opernproduktionen die gut ausgestatteten Häuser und begeben sich an die Orte des Alltags. Oper in der U-Bahn? Seit Manos Tsangaris' *Orpheus* kein Einzelfall mehr. Allerdings stellt sich die Frage – und es lohnt sich, darüber nachzudenken – wer und was damit erreicht werden soll. Mit zahlenden Gästen gut abgesperrte soziale Brennpunkte aufzusuchen, fördert allenfalls einen Voyeurismus, der sich an Armut und Schmutzdecken delectiert, erreicht aber noch keinen einzigen neuen Zuhörer. Soll einem gelangweilten Publikum durch authentische Orte ein neuer Kitzel geboten werden, oder geht es darum, der neuen Musik ferne Hörerschaften zu erschließen? Dies sind zwei verschiedene Dinge.

Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Wie wäre es, neue Musik unangekündigt im Kaufhaus zu intonieren, in einer Bankfiliale, im Jobcenter? Auch hier zeigt sich: Eintritt verlangen zu müssen, schränkt die Möglichkeit, neue Hörer anzusprechen, beträchtlich ein. Diejenigen, die Vermittlung wollen, sind gefordert, zu fördern. Ökonomische und kulturelle Interessen sind nicht immer in Einklang zu bringen. Es geht darum, nach Schnittmengen und Berührungspunkten zu suchen. Welche Art der Förderung wäre geeignet, Interaktionen zu ermöglichen, die sich jenseits der konventionellen Aufführungspraxis abspielen?

Außerhalb des Konzertsaals gelten andere akustische Bedingungen. Im öffentlichen Raum aufzutreten, kann ein Risiko bedeuten. Wenn nebenan der Presslufthammer dröhnt, nützt auch ein Mikrofon nichts. Nicht immer lässt sich dies so lange im Voraus planen, wie Konzerte eben vorher anberaumt werden müssen. Aber auch im Innenraum können Hintergrundgeräusche, starker Hall oder umgekehrt stark dämpfende Schalleigenschaften den Klang gegenüber einer Aufführung im Konzertsaal stark verändern. Ist die Komposition nicht darauf abgestimmt, kann dies alles zunichte machen. Die Idealbedingungen, unter denen sich der Hauch eines Bogenstrichs noch wahrnehmen lässt, werden sich ohne einen gut isolierten Raum mit einem mucksmäuschenstillen Publikum nicht realisieren lassen. Es kommt, umgekehrt ausgedrückt, darauf an, Werke für den jeweiligen Raum und die Aufführungssituation zu komponieren und ihre Wirkung nach Möglichkeit vorher zu testen.

Dies hängt sehr stark von den Räumen ab, die bespielt werden sollen. Kirchenräume zum Beispiel haben in der Regel mehr Hall,

sind aber ansonsten gut geeignet. Aber Räume bestehen nicht nur aus ihren akustischen Eigenschaften: Ob es sich um eine Fabrikhalle handelt, ein privates Wohnzimmer, ein Treppenhaus oder einen Garten, eine barocke Kapelle, ein altes Kino oder einen Wasserspeicher: immer charakterisiert solche Lokalitäten eine spezielle, einzigartige Atmosphäre, zu der der Raumeindruck ebenso beiträgt wie die Geschichte des Orts und seiner früheren Nutzungen. Solche Räume werden den Konzertsaal nicht ersetzen können – schon allein, weil sie für größere Besetzungen zumeist ungeeignet sind und die musikalischen Möglichkeiten einschränken. Aber sie bieten unvergleichliche Erlebnisse und sind geeignet ein neues Publikum anzusprechen: Menschen, die in der Nähe wohnen, mit der früheren Geschichte des Orts verbunden oder schlicht neugierig sind. Wenn es gelingt, sie zu verzaubern, stehen die Chancen nicht schlecht, dass sie zu anderen Gelegenheiten wiederkommen.

Es macht auch einen Unterschied, ob eine Veranstaltung in der Stadt stattfindet oder auf dem Land: nicht nur in Bezug auf die akustischen Bedingungen, sondern auch auf das Publikum. In der Stadt gibt es viele Hintergrundgeräusche, es gibt immer ein vielfältiges Angebot, aber potenziell auch ein großes Publikum, die Aufmerksamkeit für Ungewohntes ist dagegen eher gering. Auf dem Land fehlen umgekehrt oft kulturelle Angebote. Es gibt viel Ruhe, wenig Ablenkung. Dies bietet Chancen, wenn der Bildungsvorsprung nicht im Sinne einer Missionierung ausgespielt wird. Hier sind noch Wunder möglich, vorausgesetzt, es kommt zu einer echten Begegnung, einem gegenseitigen Lernen, einem Geben und Nehmen. Am besten geht dies – und dies

CAGE100 – 7. Juli, Markt zu Leipzig nach dem Abwurf der Programmflyer: Zufall und Spiel ©FZML, Foto: Steffi Loos – [www.fotokombinat.de](http://www.fotokombinat.de)





CAGE100 – 7. Juli Alter Markt Leipzig; nach dem Abwurf der Programmflyer: Finden, Neugier, Irritation (©FZML, Foto: Steffi Loos – www.fotokombinat.de)

gilt wiederum auch für die Stadt – wenn die Menschen nicht einfach als Zuhörer in die Veranstaltungen gelotet werden, sondern sie eine Möglichkeit angeboten bekommen, sich zu beteiligen. Jugendliche aus Problemvierteln, Kinder, Behinderte, Blaskapellen, Laienchöre, Migranten, die mit neuer Musik sonst niemals in Berührung kämen: Es hat in letzter Zeit zahlreiche gelungene Beispiele gegeben, wie sich solche Gruppen in die Aufführungen einbeziehen lassen. In der Regel erweitert sich der Kreis dadurch nochmals beträchtlich, da sie ein eigenes Publikum mitbringen. Voraussetzung ist allerdings eine andere Art des Komponierens. Die viel geforderte Offenheit: Hier zeigt sich eher, wie viel der Komponist davon mitbringt als beim reinen Notensetzen im stillen Kämmerlein.

## Kontinuität ist nötig

Das A und O, wenn es darum geht, neue Hörschaften zu erschließen, besteht allerdings noch immer in einer gelungenen Programmpolitik. Dies gilt in der Stadt ebenso wie auf dem Land. Neugier zu wecken durch eine außergewöhnliche Veranstaltung, kann einen Anfang setzen. Wenn das Konzert kein einmaliges Event oder gar ein Strohfeuer bleiben soll, muss etwas folgen. Eine kontinuierliche Arbeit auf gleichbleibend hohem Niveau: Das ist in allen Bereichen das, was auf Dauer den Zuspruch des Publikums sichert und den Kreis nach und nach erweitert.

Kontinuität ist gefragt, und genau die ist in Zeiten, in denen regelmäßige Finanzierung zunehmend in Frage gestellt wird und häufig nur einmalige Projekte Förderung erhalten, immer schwieriger zu gewährleisten. Ein Festival wie *Zukunftsmusik*, das im Rahmen des

*Netzwerk Süd* beispielhaft zwölf Komponisten mit ebenso vielen kleineren Orten in Verbindung brachte und es dafür – für neue Musik außergewöhnlich – unter die zehn Nominierungen des *BKM-Preises Kulturelle Bildung* des Kulturstaaatsministers brachte, wäre jederzeit eine Neuauflage wert. An jedem der Orte, an denen die Veranstaltungen stattfanden, haben Menschen – vielfach erstmals – positive Erfahrungen mit neuer Musik gemacht. Sie wären sicher bereit, wiederzukommen. Doch die Zeit des *Netzwerks Neue Musik* ist abgelaufen und die Ressourcen, die für die Vernetzung einer ganzen Region nötig sind, lassen sich nicht einfach nebenbei einspielen. Sicher werden die einzelnen Veranstalter vor Ort weitermachen. Doch genau der Effekt eines Festivals, dass nämlich lokale und überregionale Besucher zusammenkommen, lässt sich mit Einzelveranstaltungen in einer Kleinstadt nicht erreichen.

Denn auch in der Großstadt zeigt sich: Einzelne Konzerte sind oft weniger gut besucht als die Festivals, zu denen das Publikum strömt. Dies kann man als Eventisierung beklagen, es wird sich so schnell nicht ändern lassen. Es hängt mit der Aufmerksamkeit zusammen, um die viele konkurrierende Angebote auf verschiedenen Gebieten werben. Gerade wenn es um neue Hörer geht, suchen die ja nicht im Konzertkalender nach bestimmten Ereignissen, sondern haben sich bisher vielleicht für ganz andere Dinge interessiert. Um ihre Aufmerksamkeit zu wecken, muss sich ein Veranstalter schon etwas Besonderes einfallen lassen. Und wenn sie wiederkommen sollen, muss es eine Fortsetzung geben. Wenn sich aber umgekehrt herumspricht, dass ein Festival oder eine Konzertreihe etwas Besonderes zu bieten haben, ist der Effekt nicht zu über treffen. Werbung kann sich in diesem Fall auf

die reine Ankündigung beschränken – wie die *Documenta* erweist: Das Publikum muss nur noch informiert werden, wann die Ausstellung stattfindet. Das Problem sind hier nicht die Zuschauerzahlen, das Problem ist, Übernachtungsgelegenheiten bereitzustellen.

Sicher: Erfolgsgarantien kann es nicht geben. Risiken zu vermeiden, kann nicht das Ziel sein. Neue Musik bedeutet, etwas zu riskieren, jede Aufführung bedeutet ein Risiko. Im Gegenteil: Wer viel wagt, der viel gewinnt, sagt ein Sprichwort, das für neue Musik in besonderem Maß gilt, andernfalls wird sie ihrem Anspruch nicht gerecht. Wagnis heißt nicht Neuerung um jeden Preis. Ein Wagnis eingehen bedeutet, die Chancen zu erkennen, die eine Komposition, ein Ort, eine Kooperation bieten und sich nicht von äußeren Widrigkeiten beirren lassen. Neue Musik kann ihren eigenen Zielen nur gerecht werden, wenn sie dieser Linie folgt, wie sie dies in den letzten Jahren mit großem Erfolg getan hat. Unzählige zum Teil durchaus spektakuläre Ereignisse haben in den letzten zehn, zwanzig Jahren an manchmal unspektakulären Orten stattgefunden. Durch das *Netzwerk Neue Musik* ist es möglich geworden, solche Initiativen zu bündeln und ihnen zu größerer Aufmerksamkeit zu verhelfen. Mit dem Ende der Netzwerk-

Förderung haben die Aktivitäten in vielen Regionen nicht aufgehört, die entstandenen, regionalen Netzwerke funktionieren noch. Aber die Frage ist berechtigt, wie lange wird das ohne erneute, letztlich kulturpolitische Impulse funktionieren? ■

## RESONANZEN

Vier betagte Herren basteln an Modellen und elektronischen Geräten, deren Geräusche sich fortlaufend verselbstständigen. 100 Schreiner bearbeiten rhythmisch ihre Werkbänke. Ein verrosteter Förderturm pumpt ächzend das letzte Öl aus dem Boden Aserbaidschans, während ein einsamer Vogel die Melodie zu dieser Basslinie intoniert. RESONANZEN 2012, das **Festival für Klangkultur und Performance** vom 21.-23.9. in Leipzig präsentiert künstlerische Positionen, die mit akustischen und musikalischen Mitteln die Frage nach der Identität von Räumen und Objekten stellen. Die Begegnung mit ganz verschiedenen akustischen Sphären und musikalischen Zugängen wird dabei auch zur Begegnung des Hörers mit sich selbst und seiner eigenen (akustischen) Wahrnehmung. [www.resonanzen-leipzig.de](http://www.resonanzen-leipzig.de)

## sound exchange Festival Chemnitz Experimentelle Musikkulturen in Mittelosteuropa 15. – 18.11.2012

Weltecho, Atomino,  
Galerie Borssenanger,  
Neue Sächsische Galerie

*Sound Exchange* begibt sich auf die Suche nach den Wurzeln und der Gegenwart experimenteller Musikkultur in Mittelosteuropa, das eine lebendige, international vernetzte Szene von Musikern, Künstlern und Festivals besitzt. *Sound Exchange* will die Traditionen lokaler experimenteller Musik hörbar machen und zu aktuellen Entwicklungen in den lokalen Musikszenen in Beziehung setzen. Nach sieben Stationen in Mittelosteuropa ist Chemnitz die finale Station des Gesamtprojekts.

Sound Exchange ist ein Projekt von DOCK e.V. und Goethe-Institut. In Zusammenarbeit mit Weltecho - OSCAR e.V. Chemnitz. Gefördert von der Kulturstiftung des Bundes.

www.soundexchange.eu

# Soundexchange

### Ausstellung

Neue Sächsische Galerie  
VISIBLE MUSIC &  
MILAN ADAMČIAK  
31.10. - 2.12.2012  
(Eröffnung am 30.10.2012)

### Konzerte und Performances vom 15. – 18.11.2012

#### Raul Keller & Hello Upan

LOKAALRAADIO - SYMBOLISTICA

#### The Positive Noise Trio

plays ERNÖ KIRÁLY

#### Robert Lippok REDSUPERSTRUCTURE

Lukasz Szalankiewicz SIGNALSTORY

#### Ensemble01 Chemnitz 2.000 WORTE

DISSC Orchestra Vilnius VENTA

#### Frank Bretschneider KIPPSCHWINGUNG

Andris Indāns (*Gas Of Latvia*) / Stropu Jurka

(*Strops and V.S.K.B.*) / Normunds Griestiņš

(*TV Maskava*) / Toms Auniņš (1/2H1/2W)

YOUR BEARD IN SPACE AND TIME:

THE FRIENDS AND PUPILS OF

HARDIJS LEDIŅŠ

Ensemble Mi-65 plays Milan Adamčiak

TRANS music [VARIATIONS]

