



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



„FULL SCORE“-BULLETIN N° I

DAS [WIEDER] EINBEZOGENE PUBLIKUM

POP, JAZZ AND ME

ENTWICKLUNG VON VIELFALT UND IDENTITÄTEN UNTER KÜNSTLERINNEN UND PUBLIKUM

**Im Anschluss an die „Pop & Jazz“-Plattformversammlung
in Valencia, 13.-14. Februar 2015, erstellt**

Haftungsausschluss

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der/die VerfasserIn; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Das [wieder] einbezogene Publikum	2
Einführung in das „PJP Valencia 2015“-Bulletin	5
PJP-Arbeitsgruppe 2014 - 2015.....	6
I. PLENARSITZUNGEN	8
Plenarsitzung I – Grundsatzrede von Danilo Pérez	8
Überlegungen zum Thema Vielfalt mit Bezug auf die Grundsatzrede und das Showcase-Konzert ...	10
Plenarsitzung II – Podiumsdiskussion	12
II. „WORLD CAFE“-GESPRÄCHE	18
Vielfalt, Identität und Publikumsaufbau abseits der ausgetretenen Pfade – Diskussion mit Muhammad Mughrabi	18
Gespräch mit Merlijn Twaalfhoven im World-Café	20
Wie neues Publikum mithilfe neuer Medien erreicht werden kann: Die Auswirkungen und Herausforderungen für den Musikhochschulektor – eine Diskussion mit Scott Cohen	23
Diskussion über Identität im World-Café.....	26
Diskussion über Publikum im World-Café.....	28
III. BARCAMP-SITZUNGEN	30
Frauen im Jazz	30
Fortbildung von LehrerInnen in der Pop- und Jazzausbildung	33
Die Unterschiede in der Ausbildung von (zukünftigen) Jazz- und PopmusikerInnen	37
IV. GEDANKEN UND ANSICHTEN	39
Vielfalt und Identitäten unter KünstlerInnen und Publikum - Interviews mit ReferentInnen und TeilnehmerInnen.....	39
Live-improvisierte Musik und Publikum – eine persönliche Reflexion	45
Ruf und Antwort – welchen Beitrag könnte die Populärmusik zur aktuellen Debatte über Publikumsentwicklung leisten?.....	48
VoCon: eine erste offizielle Versammlung.....	51
Die unterschiedlichen Perspektiven auf die Publikumsentwicklung	55

Vorwort: Das [wieder] einbezogene Publikum

von Jeremy Cox, AEC-Geschäftsführer

Die Association Européenne des Conservatoires, Académies de Musique et Musikhochschulen (AEC) freut sich über die Herausgabe dieses ersten Bulletins, das die dreijährige Untersuchung von Aspekten der Publikumsentwicklung und -einbindung, durchgeführt im Rahmen der „Pop & Jazz“-Plattform (PJP), dokumentieren soll. Publikumsentwicklung ist ein wichtiges Thema in unserer Gesellschaft und wurde von der Europäischen Union in ihrem neuen Kulturprogramm „Creative Europe“ als solches anerkannt. Das Anliegen von „Creative Europe“ ist es, dazu beizutragen, dass:

Europäische KünstlerInnen/Kulturschaffende und ihre Arbeit möglichst viele Menschen in Europa erreichen und der Zugang zu kulturellen Werken und Arbeiten auf unterrepräsentierte Gruppen ausgeweitet wird. Ferner soll kulturellen Organisationen dabei geholfen werden, sich der Notwendigkeit anzupassen, auf neue und innovative Weise Kontakt zum Publikum zu suchen; sowohl um das bisherige Publikum zu halten, neues Publikum aufzubauen und zu diversifizieren, darin inbegriffen auch das Erreichen des aktuellen „Nicht-Publikums“, wie auch um die Erfahrung sowohl des existierenden wie auch des künftigen Publikums zu verbessern und das Verhältnis zu ihm zu vertiefen.¹

2014 war „Das Publikum“ bereits Thema der PJP-Jahresversammlung; darauf aufbauend und dank der Unterstützung durch das „Creative Europe“-Programm, durch das die AEC ihr jüngstes Projekt „FULL SCORE“ finanziert, befasst man sich nun im Rahmen dreier miteinander verknüpfter Versammlungen erneut mit diesem Thema. Die PJP bildet dafür das ideale Forum, wie es das PJP-Arbeitsgruppenmitglied Simon Purcell bereits 2014 formulierte:

Egal, ob es um den Aufbau neuer Beziehungen zu ZuhörerInnen oder die Erneuerung, Ausbesserung bzw. Wiederherstellung des Interesses innerhalb von Gemeinschaften geht, die, in Peter Renshaws Worten ausgedrückt, „der Musik abhanden gekommen sind“, ohne tiefgehendes Engagement und ohne die Entwicklung von Neugier und Vertrauen in musikalische Rituale sind manche musikalische Kunstformen infolge korporativer Vorherrschaft vom Aussterben bedroht oder bestenfalls denkmalgeschützt an Institutionen, die häufig als künstlich subventioniert und abseits der Bedürfnisse der breiten Öffentlichkeit betrachtet werden.

Jazz- und Pop-MusikerInnen sind generative Musikschafter und nehmen eine entscheidende Rolle bei dieser Herausforderung ein. Ihre Fähigkeit, Musik kontextbezogen zu erzeugen, macht sie äußerst anpassungsfähig und wird MusikerInnen wohl die beste Möglichkeit bieten, um den Prozess der Vertrauenserneuerung durch künstlerisches Schaffen in gängigen Sprachen

¹ Hier übersetzt aus: Guidelines for ‘Creative Europe’ programme: Support to European Networks, EAC/S16/2013, Annex 2 – Audience Development

einzuleiten, im Unterschied zur abstrakten bzw. von oben herab geleisteten Förderung eines Kanons.²

Bei der ersten ihrer drei Versammlungen konzentrierte sich die PJP auf die „Entwicklung von Vielfalt und Identitäten unter KünstlerInnen und Publikum“. Dieses Thema impliziert u.a. das Überdenken des Verhältnisses zwischen diesen beiden Gruppen. Das Anbieter-Abnehmer-Modell passt immer weniger auf die Beschreibung dessen, was in unserer kulturell und technologisch dynamischen Welt musikalischer Produktion und musikalischen Konsums passiert.

Im Leitthema der Versammlung 2015 „Jazz, Pop and ME“ spiegeln sich auch die Bedürfnisse junger und aufstrebender KünstlerInnen - unserer Studierenden -, die ihre eigene Stimme finden und im globalisierten Musikgeschäft überleben müssen, wider. Es könnte auch eine Aufforderung sein, uns selbst als KünstlerInnen und MusikpädagogInnen zu fragen: Wer sind wir? Wie können wir Vielfalt nutzen, um Identitäten aufzubauen? Und in Bezug auf das „ME“ [steht hier für *me* (engl.) = *ich* (dt.) und *Music Education* (engl.) = *MusikErziehung* (dt.), Anm. der Übers.], das den Kern unserer jeweiligen musikalischen Identitäten als Einzelpersonen oder MusikpädagogInnen bildet: Inwiefern entwickeln auch wir uns selbst als Publikum für die Musik von anderen weiter?

Dieser letzte Punkt ist ausschlaggebend; vor der Versammlung wurden die GastrednerInnen gebeten, ihre Gedanken in Form von Stellungnahmen oder kurzen Essays mitzuteilen. Muhammad Mughrabi lieferte einen tief sinnigen Beitrag, in dem er die Behauptung aufstellte: „*Der Künstler ist auch das Publikum*“ (siehe Abschnitt IV des Bulletins). Dies findet in einer verwandten, von zahlreichen ReferentInnen zum Ausdruck gebrachten Idee Widerhall, die besagt, dass wir, um nach außen hin Publikum zu erreichen, entsprechend in unser Innerstes vordringen müssen, um unsere authentische Identität zu finden. Diese beiden Prozesse miteinander zu verknüpfen ist etwas, das den großen KünstlerInnen vielleicht instinktiv gelingt; es handelt sich jedoch auch um etwas, das diejenigen, die sich in der Musikhochschulbildung betätigen, ernsthaft bei der Lehrplangestaltung beherzigen müssen. In diesem Bereich kann die gesamte Musikhochschulgemeinschaft wohl von so mancher Lehrmethode des Pop- und Jazzunterrichts lernen - und auch sonstige Gemeinschaften, wenn es um die Publikumsentwicklung inner- und außerhalb Europas geht.

Dieses Bulletin enthält Einzelheiten zur PJP-Versammlung sowie Reflexionen zu ihrem Leitthema seitens der PJP-Arbeitsgruppenmitglieder. Die AEC ist letzteren sehr dankbar für ihre Arbeit und ihr Engagement beim Voranbringen von Pop & Jazz an Musikhochschulen, für ihre Vision und Energie bei der Förderung einer umfassenderen Rolle der PJP, was die Mobilisierung der Musikhochschulbildung als Ganzes zur Reaktion auf die Herausforderungen, die mit der Erfüllung der musikalischen Bedürfnisse der Kultur des 21. Jahrhunderts einhergehen, anbelangt, und nicht zuletzt für ihren Enthusiasmus bei der Auseinandersetzung mit dem Thema der Publikumsentwicklung als Leitfaden der PJP-Versammlungen 2015-2017.

² Reader für die PJP-Versammlung in Triest, Februar 2014

Einführung in das „PJP Valencia 2015“-Bulletin

durch die PJP-Arbeitsgruppe

Die einzelnen Beiträge dieses Bulletins bilden zusammen eine Reportage der Plenar- und Ausschusssitzungen der AEC-PJP-Konferenz 2015 in Valencia; darüberhinaus enthalten sie Überlegungen zu den Hauptthemen der Sitzungen: Vielfalt und Identität unter KünstlerInnen und Publikum.

Jazz- und Popstudiengänge sind im Musikhochschulsektor noch relativ neu. Folglich befinden sich die betroffenen Fachleute noch mitten im Prozess der Ausarbeitung von Aufgabenbereichen und Vokabular, mit denen sie ihre Praxis *jenseits ihrer jeweiligen Gastgeberinstitution* in Beziehung setzen, insbesondere in Bezug auf: Lehr- und Lernstrategien; lokale künstlerische, institutionelle, soziale und politische Kulturen; Beziehungen zu Publikum und Genres; Curricula der Pop-/Jazzstudiengänge; sowie die zugrundeliegenden philosophischen und expressiven Werte, die gegebenenfalls mit historischen Perspektiven im Konflikt stehen können.

Im Vergleich zu den traditionelleren akademischen und professionellen Fachbereichen sind die Netzwerke hier relativ gut etabliert und gestatten regelmäßige Diskussion und Verbreitung von Forschung, Innovation und Beispielen bewährter Praxis. Zwar existieren akademische Forschungsnetzwerke für Musikdarbietung und -ausbildung in üblicherweise für die klassische Musik und obskure Musikwissenschaften konzipierten Rahmen, Jazz- und Populärmusik beteiligen sich allerdings nur sporadisch daran.

Seit der PJP-Gründung³ im Jahr 2003 übernimmt die AEC eine wesentliche Funktion, indem sie Jazz- und PopmusikpädagogInnen Gelegenheiten verschafft, sich regelmäßig zu treffen und Diskurse auf eine Art und Weise zu entwickeln, die sie für ihre Kunstformen als richtig empfinden⁴. Jazz- und PopmusikerInnen sind im Allgemeinen weniger vertraut mit und daher auch eher keine AnhängerInnen von akademischen Formaten; daher bevorzugt man für diese Versammlungen partizipative Methoden der Einbindung gegenüber vermittelnden Präsentationen, so dass den Delegierten zahlreiche Gelegenheiten gegeben sind, um *spontan* zum intellektuellen Austausch beizutragen, wie es ihren Kunstformen entspricht (wie beispielsweise das *Barcamp*, *Bee-Hive* und *World-Café*)⁵.

³ Die PJP wurde 2003 ins Leben gerufen und hielt ihre erste Versammlung 2004 am Rhythmic Music Conservatory in Kopenhagen ab. Nach ihrer zweiten Tagung, die 2005 in Barcelona stattfand, kehrte die Plattform 2007 wieder nach Kopenhagen zurück und veranstaltete seitdem an zahlreichen europäischen Institutionen, an denen Jazz- und/oder Pop unterrichtet wird, jährlich ihre Versammlungen.

⁴ Die jährlichen PJP-Versammlungen richten sich speziell an Pop- und JazzpädagogInnen und sollen die Bildung von beruflichen und hochschulübergreifenden Netzwerken innerhalb dieser Genres erleichtern. Die jüngsten Versammlungen haben deutlich gemacht, dass die pädagogischen Ansätze aus dem Pop- und Jazzbereich weniger als von traditionellen Paradigmen des Hochschulunterrichts entlehnend wahrgenommen werden denn als innovative eigenständige Unterrichtsformen, von denen die weitere Musikhochschulgemeinschaft profitieren kann.

⁵ *Barcamp*: eine Sitzung, in der Diskussionsthemen vorgeschlagen und über eine Abstimmung gewählt werden, woraufhin sich die anschließenden Diskussionen auf jene Themen konzentrieren, die die meisten Stimmen erhalten haben; *Bee-Hive*: findet im Rahmen einer Plenarversammlung statt, wobei ein Leitthema festgelegt wird, das von den TeilnehmerInnen paarweise für eine begrenzte Zeit

Auf akademischen Konferenzen werden üblicherweise Erkenntnisse in Prosaform vorgetragen. In diesem Bulletin reicht der Reportagestil von anekdotisch bis polemisch - und umfasst sogar Reaktionen auf die „World Café“-Sitzungen in Bild- anstatt in Textform. Das Ziel bestand darin, nicht etwa akademische Papers in Auftrag zu geben, sondern den Geist und die Absichten der gesamten Versammlung und ihrer TeilnehmerInnen zu erfassen, um zu zeigen, dass zahlreiche Stimmen Gehör fanden und dies auf unterschiedliche Art und Weise. Während ein Dokument bzw. eine edierte Sammlung akademischer Papers, von einem/einer einzelnen AutorIn/HerausgeberIn verfasst bzw. herausgegeben, in Argumentation und Stil einheitlicher gewesen wäre, entspricht die hier gegebene Vielfalt an Blickwinkeln und Präsentationsstilen dem Phänomen einer im Entstehen begriffenen Gruppe musikalischer und pädagogischer DenkerInnen, die sich in ihrem Bemühen um die Bildung von Aufgabenbereichen, die ihrem kollektiven Zweck am besten dienen, gemeinsam weiterentwickeln.

Als Mitglieder der PJP-Arbeitsgruppe vertreten wir ein breites Spektrum an Nationalitäten und Ansichten, und unsere jeweilige Art zu schreiben unterscheidet sich voneinander. Wir hoffen, dass Sie und alle sonstigen LeserInnen unter den mannigfaltigen Beiträgen in diesem Bulletin etwas finden werden, das Sie herausfordert, provoziert oder inspiriert.

PJP-Arbeitsgruppe 2014 - 2015

Stefan Heckel - Vorsitzender
Kunstuniversität Graz (KUG), Graz

Erling Aksdal
Norwegian University of Science and Technology, Trondheim

Simon Purcell
Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance, London

Udo Dahmen
Popakademie Mannheim

Hannie van Veldhoven
HKU Utrechts Conservatorium

Lars Andersson
Malmö Academy of Music

diskutiert wird; *World-Café*: hier werden Themenvorschläge auf einzelnen Tischen verteilt, so dass die TeilnehmerInnen wählen können, an welchem Tisch sie sich niederlassen – und an welchem Gespräch sie teilnehmen möchten. Jedes dieser Modelle bezweckt die Bereitstellung spontanerer und partizipativerer Möglichkeiten der Auseinandersetzung mit den Themen einer Konferenz.

Maria Pia de Vito
Conservatorio Santa Cecilia, Rom

Linda Bloemhard
Codarts Rotterdam

Jeremy Cox
AEC, Brüssel

Sara Primiterra
AEC, Brüssel

I. PLENARSITZUNGEN

Plenarsitzung I – Grundsatzrede von Danilo Pérez

Global Jazz: Auf der Suche nach Vielfalt, Identität und sozialem Wandel durch Musik und ihr Publikum, Präsentation und musikalische Darbietung

Zusammenfassung von Jef Cox, AEC-Praktikant

1. Einführung

Anfangs erzählt Danilo von seiner Jugend und von seiner seit jeher bestehenden Liebe zur Musik und wie er diese auf Anraten seines Vaters genutzt hat.

2. Die Geschichte von der Waschmaschine

Danilo erzählt eine Geschichte von sich selbst als Zehnjährigem. Sie veranschaulicht, wie er die Kraft der Musik erlebt hat. Als einmal die Waschmaschine repariert wurde, war er gerade dabei, mit seinem Vater zu musizieren. Im Anschluss an die Reparatur wollte der Handwerker nicht bezahlt werden, sondern vielmehr Danilos Vater für seine Darbietung bezahlen. Der Kerngedanke ist, dass Musik Menschen verändern oder ihnen helfen kann. Sie hat die Kraft, die Menschheit zu verändern.

3. Panama und Musik

*Es geht beim Musizieren
um mehr als bloß ein
Instrument zu spielen -
Identitäten können
verändert,
gesellschaftliche
Realitäten beeinflusst
werden.*

Hier wird Danilos Idee der Waschmaschinen-geschichte greifbar. Musik spielt für Panamas Identität eine wichtige Rolle. Er zeigt ein Video über das Panama Jazz-Festival und über die Jugendarbeit mit Musik. Danilo betont, dass Musik Kinder davor bewahren kann, in Gangs zu landen, kriminell zu werden etc. Jazz half diesen Kindern, ihr ganzes Potenzial zu nutzen. Von einem einst völlig hoffnungslosen Leben gelangen sie schließlich zu einem Stipendium für ihr Studium. Dies ist Danilos Botschaft an die politischen EntscheidungsträgerInnen: Sie müssen begreifen, dass MusikerInnen nicht *einfach nur* MusikerInnen sind. Beim Musizieren geht es um mehr als *bloß* ein Instrument zu spielen - Identitäten können verändert

und gesellschaftliche Realitäten beeinflusst werden. Die AEC und die UNESCO sollten sich darüber bewusst sein und diese Tatsache unterstreichen, indem sie darüber sprechen und in diesem Sinne zusammenarbeiten.

4. Danilo Pérez Foundation

Danilo geht noch weiter auf dieses Thema ein und erläutert, wie er seine Idee von „gesellschaftlicher Wandelbarkeit durch Musik“ innerhalb seiner Danilo Perez Foundation (<http://fundaciondaniloperez.org/>) in die Praxis umsetzt. Mit einem zweiten Video hebt er hervor, wie wichtig es für MusikerInnen ist, dass sie nicht

einfach ihr Instrument spielen, sondern sich selbst als „Instrument für Veränderung“ verstehen und einen Beitrag für das soziale Umfeld, in dem sie leben, leisten. Wieder lautet seine Botschaft, dass sich Menschen durch den musikalischen Prozess selbst verändern und somit auch andere von negativen Einstellungen hin zum Leben bringen und sie zu Menschen machen können, die neue Hoffnung in die Gesellschaft tragen.

5. Wer bist Du?

Auf die Frage der Identität eingehend erzählt Danilo, wie ihn Dizzy Gillespie, nachdem letzterer ihm beim Improvisieren in unterschiedlichen Stilen zugehört hatte, fragte: „Wer bist Du?“. Dieser Moment hatte eine tiefgreifende Wirkung auf sein Leben. In der Auseinandersetzung mit dieser Frage lernte er, dass die Vorstellung von Identität und Vielfalt eher zu Gemeinsamkeiten denn zu Unterschieden führt. Im Jazz findet all dies zusammen.

6. „Wasserakkorde“

Abschließend berichtet Danilo von seinen Erfahrungen des gemeinsamen Musizierens mit Wayne Shorter. Er erzählt seine Geschichte von den „Wasserakkorden“, in der Wayne ihn dazu auffordert, diese beim Musizieren einzusetzen. Zunächst versteht Danilo nicht, was Wayne damit meint; nachdem er sich jedoch allein damit befasst hat, spielt er Wayne seine Ergebnisse vor, woraufhin ihm letzterer antwortet, dass er schon nah dran sei, „das Wasser jedoch absolut klar sein muss“. Dies bringt Danilo zu der Erkenntnis, dass Musik mehr ist als ein Instrument zu beherrschen; es bedeutet, sein gesamtes Leben zu meistern. Er erklärt, dass man so spielen sollte, wie man sich verhält, und man sich so verhalten sollte, wie man es sich von der Welt wünscht. Er zeigt ein letztes Video, in dem er mit Wayne in einem suchenden, oder man könnte auch sagen umherschweifenden Stil spielt. Im Anschluss daran übt er dies mit dem Publikum auf ähnliche Weise und empfiehlt allen TeilnehmerInnen, diese Erfahrung mit nach Hause zu nehmen und jede Versammlung auf diese Weise zu beginnen.

7. Fragen und Antworten, moderiert von **Brian Cole**, Berklee Valencia

Insgesamt wurden sieben Fragen gestellt, die unter anderem die folgenden Ideen aufbrachten:

- Das Herz schlägt im Dreiertakt, etwa beim Laufen. Man muss das verinnerlichen und sich dann fragen, wie man sich fühlt. So wird Musik zur einer Plattform für das Geschichtenerzählen;
- Musik ist ein universelles Hilfsmittel, keine universelle Sprache (und ich würde dem noch hinzufügen: keine universelle Geschichte);
- Jazz ist vielmehr ein Prozess als ein Genre;
- Man muss Geschichten in seinem Leben sammeln, so dass man sie beim Musizieren erzählen kann (eine weitere Weisheit von Wayne Shorter);
- Beim Publikum wird womöglich nicht alles „ankommen“, was man macht, aber wenn man seinem eigenen Weg vertraut, vertraut einem auch das Publikum.

Überlegungen zum Thema Vielfalt mit Bezug auf die Grundsatzrede und das Showcase-Konzert

von Erling Aksdal, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Der fantastische Musiker und Grundsatzredner der AEC-PJP-Versammlung in Valencia Danilo Pérez bescherte uns eine sehr persönliche und interessante Präsentation seiner panamaischen Herkunft, seiner tiefen Verbundenheit zur Rolle der Musik und des Künstlers in der Gesellschaft und in Gemeinschaften sowie der Wertvorstellungen und Praktiken des Berklee Global Jazz Institute, dessen künstlerischer Direktor er ist.

Seine Präsentation bot einen berührenden Einblick in seine Vergangenheit als Sohn eines Community-Musikers und zeigte, wie wichtig Anregungen schon in der frühesten Kindheit sind. Er erzählte, wie er selbst sein Potenzial entfalten konnte und wie er, anstatt sich selbst zu feiern, auf Engagement für die Gemeinschaft setzte, was er auch für seine Studierenden und das Berklee Global Jazz Institute als Schwerpunkt bestimmt hat.

Global Jazz ist ein interessanter Begriff. Die Tatsache, dass Jazz zunächst ein Hybrid ist und es sich dabei vielmehr um eine Methode bzw. eine Einstellung zum Musizieren als einen Stil handelt, ebnet den Weg zu einem sehr offenen und inklusiven Verständnis seiner kreativen Möglichkeiten und Vielfalt. Und nicht zuletzt öffnet Global Jazz das Tor zum globalen Publikum, zumal sich darin grenzüberschreitende musikalische Elemente und Prozesse wiedererkennen lassen, die in den verschiedenen kulturellen Gemeinschaften unserer modernen multikulturellen Gesellschaften zu Hause sind.

Ich möchte hier bestimmte Aspekte des Begriffs Global Jazz zur Diskussion stellen, sowohl was seine allgemeine Form wie auch die für das Berklee Global Jazz Institute typische anbelangt. Als Grundlage dienen meine Erfahrung mit dem Showcase-Konzert sowie die Fragen und Antworten im Anschluss an die Grundsatzrede.

Kurzum, ich finde, dass der Vielfältigkeitsgrad des Jazzformats im Showcase-Konzert in Frage gestellt werden könnte; ich hatte den Eindruck, dass Vielfalt und kulturelle Unterschiede keine angemessene Wertschätzung erfuhren.

Oft scheint es, dass der gesellschaftliche Wert von Musik als Instrument für gesellschaftlichen Wandel bzw. Entwicklung betrachtet wird, während ihr kultureller Wert eher eine Frage der Ästhetik ist.

Oft scheint es, dass der gesellschaftliche Wert von Musik als Instrument für gesellschaftlichen Wandel bzw. Entwicklung betrachtet wird, während ihr kultureller Wert eher eine Frage der Ästhetik ist. Global Jazz scheint die „ethnischen“ Beiträge eher als Zutaten zu einem laufenden Jazzdiskurs denn als eigen-ständige bedeutungsgebende Diskurse zu schätzen. Dies bringt den Musiker in die Gefahr, eine (unbeabsichtigte) neokolonialistische Rolle einzunehmen und Zutaten zu stehlen oder zu entlehnen und sie in „heimisch“ verwurzelte Strukturen einzufügen, nur damit diese eine exotische Färbung erhalten, wobei dem Publikum zahlreiche tiefe und bedeutungsvolle Eigenschaften der eigentlichen Quellen

vorenthalten werden. Wenn dieser Fall eintritt, kann das, was ursprünglich ein Diversifizierungsprozess zu sein schien, genau ins Gegenteil umschlagen.

Der gesellschaftliche Wert von Kultur wird oft missverstanden, da letztere eine Reihe von sehr konkreten Präventions- und Förderungsaktionen bieten kann: Kinder vor dem Leben auf den Straßen bewahren, der Rekrutierung durch kriminelle Gruppen vorbeugen, Jugendlichen helfen, konstruktiv zu interagieren - etwa wie in partizipativen Sportprogrammen (oder El Sistema). Und all dies ist auf kurze Sicht und aus einer materiell orientierten Perspektive gesehen in Ordnung. Dennoch wird der Wert indigener Musik als tiefgreifende Kultur oft vergessen. Es ist wie bei der Sprache, die wir als selbstverständlich hinnehmen, obwohl sie Bedeutung und Identität auf unersetzliche Weise schafft. Der soziale Zusammenhalt und das Gemeinschaftsgefühl, das heimische Musik ebenso wie Sprache herzustellen vermag, kann langfristig von größerer gesellschaftlicher Bedeutung sein als die, für sich genommen, positiven Aktivitäten, die immer mehr auf einer „allgemeinen“ Musik zu beruhen scheinen. Das Aussterben von Kulturen in unserer globalisierten Welt ist nicht so sehr eine Frage des Verschwindens von ein paar charakteristischen Merkmalen, als vielmehr die des Verlustes tiefer und bedeutungsvoller Strukturen in einer monokulturellen Formatierung.

Es geht um noch viel mehr als um diese beiden hier geschilderten Polarisierungen: Musik als Hilfsmittel oder Musik als tiefgreifende Kultur. Musik kann dies beides gleichzeitig sein - und noch viel mehr. Der springende Punkt hierbei ist: wenn wir Vielfalt als wertvoll betrachten, sollten wir Wege finden, diese in unseren unweigerlich kulturübergreifenden Bestrebungen zu bewahren und zu fördern. Dies sollte ein ethisches Gebot für den einzelnen Musiker sein, der über ethnische Grenzen hinweg Zusammenarbeit anstrebt; aber ebenso sollte es eine unbedingte Voraussetzung für ein institutionelles Studienprogramm sein, das von Vielfalt profitieren soll.

Das Berklee Global Jazz Institute trägt zweifelsohne dazu bei, dass zahlreiche Musiken, MusikerInnen und individuelle Studierende aus der ganzen Welt zunehmend respektiert und wertgeschätzt werden. Der schwierige Teil beim Ausarbeiten von Bildungsprogrammen, die diese Wertschätzung widerspiegeln sollen, besteht darin, den *kulturellen* Wert musikalischer Aussagen im Kontext und nicht bloß ihr Potenzial als Variablen in musikalischen Parametern anzuerkennen.

Plenarsitzung II – Podiumsdiskussion

Jazz, Pop and ME: KünstlerInnen und Publikum verbinden

Auf dem Podium:

Merlijn Twaalfhoven, Komponist, Niederlande

Muhammad Mughrabi, R&B-Sänger, Palästina

Scott Cohen, The Orchard, USA/Spanien

David Linx, Jazz-Sänger, Belgien

Zusammenfassung von Jef Cox, AEC-Praktikant

1. Merlijn zum Thema Vielfalt

Merlijn stellt fest, dass Künste und Studierende künstlerischer Fächer im Wettbewerb untergehen. Dabei sollten die Künste nicht etwa ein Austragungsort des Wettstreits sein, sondern vielmehr der letzte Ort in unserer Gesellschaft (die dazu neigt, sich schonungslos auf Erfolg zu konzentrieren), an dem „Scheitern“ und „Zweifel“ noch erlaubt sind. Muhammad stimmt dem zu. David geht noch tiefer auf dieses Thema ein, indem er die Angst unter den Studierenden hervorhebt, sie könnten bei der Beherrschung ihrer jeweiligen Instrumente nicht das technische Höchstniveau erreichen. Er vergleicht Studierende künstlerischer Fächer mit dem „Formel 1“-Motorsport. Bei der Formel 1 kommt es nicht darauf an, auf der Rennstrecke zu bleiben; noch wichtiger ist es, dass man zurechtkommt, wenn man von ihr abdriftet. Hier können interessante Dinge geschehen; denn hier liegen die Chancen für Kreativität und Vielfalt. Daher müssen Studierende ihre Angst ablegen: als MusikerIn muss man wagen, „vom Weg abzukommen“.

2. Die „Geschichte über mich selbst“

Merlijn erläutert, warum zahlreiche MusikerInnen in „der Geschichte über mich selbst“ nicht weiterkommen. Scott stimmt dem zu und führt weiter aus, wie sich die Art des Geschichtenerzählens in unserer globalen, vernetzten Welt verändert hat. Von einer Struktur mit Anfang, Mitte und Ende (die traditionelle Erzählung, für die „die Geschichte über mich selbst“ als Musterbeispiel gilt) geht die Entwicklung hin zu einem Puzzle (einer Kollage ohne klaren Anfang oder Ende, in dem „ich“ entweder ein fragmentiertes, multiples Konzept bildet oder ganz verlorengegangen ist).

3. Scott über Sport und Musik

Scott stellt einen Vergleich an zwischen Sport und Künsten. Im Sport kann man einen bestimmten Platz in der Rangliste erreichen. Dies ist in der Kunst anders. Da es so etwas wie eine Rangliste, auf die sich die Studierenden berufen können, nicht gibt, neigen sie dazu, ihr musikalisches/technisches Können mit dem kommerziellen Erfolg, den sie erlangt haben (oder nicht), zu verwechseln.

4. Muhammad über Veränderung

Muhammad möchte die Botschaft aus Danilo Pérez' Grundsatzrede wiederholen: in der Musik geht es um Veränderung, um Veränderung des Umfelds, in dem Du lebst.

5. Musikindustrie

David und Scott diskutieren darüber, wie sich das Musikgeschäft seit den 1960er Jahren verändert hat. David betont, dass Künstler wie Bob Marley und John Lennon *einfach* ihre Musik spielten, während die Musikindustrie heutige KünstlerInnen eher dazu zwingt, dabei stets den Verkauf im Auge zu behalten. Scott widerspricht dem und erläutert, wie viele junge KünstlerInnen lediglich zu ihrem Vergnügen Musik machen. Allerdings ist die Musikindustrie heute komplexer. Früher war sie simpel (wenn auch nicht einfach), zumal es nur wenige Plattformen (vor allem Radio und Presse) gab, über die man die Menschen erreichen konnte. Heutzutage *kann* jeder erreicht werden, allerdings gibt es eine Menge Plattformen. Das heißt, dass man eine Strategie braucht, um sein Publikum zu finden.

6. Träume

Merlijn spricht über die Kraft der Träume: wenn Martin Luther King gesagt hätte, *Ich habe einen Plan*, hätte dies eine trennende Wirkung gehabt. Träume verbinden Leute, die eine gemeinsame Idee haben; sie bringen ihnen Hoffnung.

7. Fragen und Antworten, moderiert von **Simon Purcell**

Die Diskussion mit dem Publikum brachte einige Ideen auf, u.a.:

- Spaß an der Musik zu haben ist das Entscheidende (David);
- Muhammad erläutert, wie das Spielen von „amerikanischer“ Musik (Rap, Hip-Hop) in Palästina zu einem Ausdruck von tiefer Verbundenheit mit der palästinensischen Situation wurde (aufgrund ihres Inhalts und wegen ihres Protestelements) und nicht etwa ein „importierter“ Stil.⁶

8. Moderatorin Hannie van Veldhoven bittet jedes Mitglied der Podiumsdiskussion, einen Rat für das Publikum in einem Satz zusammenzufassen:

- Muhammad: wir sollten die Rolle von Kunst bei der Zukunftsgestaltung berücksichtigen. Darauf kommt es wirklich an;
- Scott: wir sollten uns die neue Technologie, die uns heute zur Verfügung steht, zu eigen machen und von dort aus loslegen, anstatt der alten Welt die neue Technologie überzustülpen;
- David: wir müssen im Licht gehen und im Licht bleiben.

Im Voraus versendete Abstracts der Diskussionsteilnehmer:

1. Merlijn Twaalfhoven

Musik für eine universelle Sprache zu halten ist irreführend. Durch Musik lassen sich Emotionen ausdrücken, die sehr privat, verletzlich und kulturspezifisch sind. Mit der Entwicklung ihrer Kompetenzen und Fähigkeiten lernen MusikerInnen vielleicht -

⁶ Siehe auch IV „Gedanken und Ansichten“, wo Muhammad dies noch weiter ausführt.

bewusst oder unbewusst - diese „Verletzlichkeit“ zu vermeiden. Stattdessen beherrschen sie Stile, Techniken und Tricks und eignen sich tatsächlich eine Art von Universalität an. Das Suchen wird zum Erreichen.

Um wieder etwas Persönliches und Verletzliches zurückzugewinnen, müssen wir die konventionelle Wettbewerbsfähigkeit bekämpfen und MusikerInnen zu einem neuen Gefühl von Sicherheit verhelfen. Für das Erschaffen eines sicheren und persönlichen Raums braucht man Übung und Erfahrung. Ich schlage vor, die Ausbildung eines/einer jungen Musikers/Musikerin auf eine parallele Entwicklung abzustimmen, in deren Zentrum der Ausdruck eines persönlichen Weges steht. Wenn ein Musiker lernt, seine Träume, Ambitionen und Ideale bereits in einem Anfangsstadium mit anderen zu teilen, kann er um sich herum einen lebenswichtigen inspirierenden Raum schaffen. Er wird sich mit anderen nicht nur wegen seiner Kunst, sondern auch aufgrund seiner Vision und Persönlichkeit verbinden.

Musik für eine universelle Sprache zu halten ist irreführend. In der Musik lassen sich Emotionen ausdrücken, die sehr privat, verletzlich und kulturspezifisch sind.

2. Muhammad Mughrabi

Ich denke, letztlich müssen Künstler authentisch und glaubhaft sein - sie müssen die Wahrheit sagen.

Das erste Publikum eines Künstlers ist seine Community; er ist mit ihr verbunden und Teil von ihr, und er ist mit der Kultur und den Traditionen dieser Community verbunden. Es herrscht ein gewisses Maß an Respekt und Regeln, dem sich ein Künstler anpassen muss, um das Gleichgewicht zwischen sich selbst und dem Publikum zu halten: so muss er beispielsweise eine Identität haben. Identität ist personengebunden, bedeutet jedoch auch, sich mit der Kultur in Beziehung zu setzen und diese Identifikation mit der Kultur zu bewahren und sie

nicht zu verlieren, denn ein Künstler, der sich auf keine Kultur bezieht, ist kein authentischer Künstler; er ist weder originell noch verfügt er über einen Ausgangspunkt. Zum Beispiel haben Künstler in Jerusalem und Palästina im Allgemeinen die Verantwortung, sich stets auf den palästinensischen Kampf zu beziehen und sich auch auf dem jeweiligen Höhepunkt der Auseinandersetzungen treu zu bleiben, anstatt sie einfach zu ignorieren. Dies kann in unterschiedlichen Formen geschehen: ein Lied komponieren oder eine Erklärung herausgeben oder etwas über die Social Media verbreiten.

In der Kunst und im Künstlersein geht es um zweierlei: zum einen geht es darum auszubrechen, zum anderen für etwas einzutreten. Künstler können durch das, was sie tun, ausbrechen, indem sie davon ausgehen, dass das Publikum ihr Ausbrechen in ihrer Arbeit erkennt und sich dazu in Beziehung setzt und daran glaubt und dieses Gemeinschaftsgefühl und die Freude an der Unterhaltung erlebt und zelebriert. Nun ist Eintreten ein großes Wort, und die Arbeit des Künstlers ist eine Form des Eintretens (insbesondere im Falle der palästinensischen Künstler und jегlichen

anderen kämpfenden Minderheiten). Das Eintreten kann die Form eines Protests, einer Stellungnahme und einer Mitteilung einer Vision annehmen - indem die Version der Geschichte aus der Perspektive und vom Standpunkt des Künstlers aus erzählt wird - oder es enthält eine Botschaft, die uns dazu bringt, etwas zu verändern oder zumindest es zu versuchen. Beim Eintreten geht es darum, die Tatsache wertzuschätzen, die darin besteht, dass Künstler über Mikrophone verfügen und ihr Publikum beeinflussen können, und dass sie einen Blickwinkel bieten, den das Publikum womöglich nicht kennt.

Ich denke, letztlich müssen Künstler authentisch und glaubhaft sein - sie müssen die Wahrheit sagen. Die vielfältige globalisierte Welt, in der wir leben - die technologische Revolution und der Anbruch des Zeitalters der Social Media - versteht sich als Impulsgeber für das Publikum und die Kreativität der Künstler. Ich glaube, der Musik steht eine glänzende Zukunft bevor, insbesondere aufgrund der Offenheit des Publikums gegenüber *guter* neuer Musik, und diese Generation kann in der Tat etwas mit genreübergreifender Musik anfangen. Niemand hat mehr eine Playlist, die nur Hip-Hop enthält oder geht ausschließlich zu alternativen Rockkonzerten; heute kann man sich Unterschiedliches von Künstlern aus der ganzen Welt in einer Playlist anhören und sogar gleichzeitig.

Die Zeiten haben sich geändert, und so wird Musik heute über die Social Media verbreitet; die veränderte Musikindustrie bedeutet große Hoffnung für ambitionierte Nachwuchskünstler. Man kann ein Lied auf YouTube hochladen, und fünf Minuten später können es Menschen auf der anderen Seite der Welt anhören. Die Musik des Künstlers ist nicht auf einen Radius von vier Straßenblöcken oder eine Stadt oder einen Staat begrenzt; heute kann man sich Künstler aus der ganzen Welt anhören, und es ist jedem Künstler überlassen, ob sich das Publikum an seinen Namen erinnern wird oder nicht. Zum Beispiel werde ich niemals PSY vergessen, den koreanischen Künstler, der mit seinem Lied im Gangnam-Stil Geschichte geschrieben hat dadurch, dass es 2.230.059.660 auf YouTube angeklickt wurde.

Künstler müssen vielfältig sein und dürfen dabei ihre Identität nicht verlieren. Sie müssen begreifen, dass es nicht leicht ist, ein Publikum zu erreichen, und Kreativität erfordert, einzigartig zu sein und dabei die Maßstäbe des heutigen Publikums zu erfüllen; daneben gilt es, in einem ausgewogenen Verhältnis zeitgemäß und gleichzeitig echt und authentisch zu sein. Ein Künstler muss sich immer etwas Neues ausdenken und neue Wege finden, sich und seine Identität zu präsentieren, wenn er sich abheben möchte und etwas erreichen will in diesem offenen Feld globalisierter und äußerst anspruchsvoller Publikumsgruppen. Die Identität des Künstlers macht seine Besonderheit aus, und ihretwegen kann das Publikum etwas mit seiner Musik anfangen und sich an seinen Namen erinnern. Die Verantwortung des Künstlers besteht darin, in stetem Kontakt zu seinem Publikum zu stehen und für dessen Zufriedenheit zu sorgen, um dadurch das Verhältnis zwischen Künstler und Publikum aufrecht zu erhalten.

Der Künstler ist auch das Publikum. Künstler werden nicht als solche geboren; sie finden nur irgendwann heraus, dass sie Künstler sind und ein Publikum haben.

Der Künstler ist auch das Publikum. Künstler werden nicht als solche *geboren*; sie finden nur irgendwann heraus, dass sie Künstler sind und ein Publikum haben. Als Künstler arbeiten sie daran, ihr Publikum zu erweitern; der Künstler und sein Publikum nehmen bidirektional Einfluss - jeder lernt vom anderen, und jeder beeinflusst den anderen. Wir suchen nach wirklicher Kunst; wir suchen nach wirklichen Künstlern, und welchem Musikgenre sie angehören, spielt keine Rolle. Deshalb glaube ich, dass die Musiklandschaft immer vielfältiger werden wird.

3. Scott Cohen

Auch wenn der Vergleich etwas hinkt, lässt sich doch eine gewisse Parallele zwischen Musik und Sport feststellen. Die Unterschiede zwischen Fußball, Surfen, Sumo und Snooker sind enorm. Es gibt unterschiedliche Regeln, meistens auch unterschiedliche Fans, unterschiedliche Arten des Marketings, unterschiedliche Qualifikationen und unterschiedliche Anspruchsniveaus - von Kindern, die sich auf dem Spielplatz vergnügen, über konkurrierende Profis bis hin zu einzelnen Spitzensportlern. Im Sport sind sich Athleten und Fans über diese offensichtlichen Unterschiede bewusst. In der Musik trifft dies weniger zu. Kunst verwischt Grenzen und schafft Konflikte. So kann man beispielsweise ein großer Künstler sein und dennoch Schwierigkeiten haben, kommerziellen Erfolg zu erzielen und ein Massenpublikum zu erreichen. Aber vielleicht ist das eigentlich abnormal. Wir verfügen über die Mittel zur Schöpfung und Verbreitung von Musik, die sich an ein globales Zielpublikum richtet. Aber hat sich etwas geändert? Erwartet die Welt etwas Neues, etwas Anderes?

4. David Linx

Bestenfalls besteht die Rolle des Künstlers darin, das, was wir alle fühlen oder gern fühlen würden, zu verdichten und zu reflektieren.

In den 35 Jahren meiner Tätigkeit als Konzert- und Studiokünstler, Autor, Komponist und Dozent war ich stets mit der Notwendigkeit bzw. Herausforderung konfrontiert, ein klares Persönlichkeitsprofil zu entwickeln und Nachwuchskünstlern diese Möglichkeit neben der Aneignung ihres Handwerks zu vermitteln. Hierfür gibt es keine Formeln außer der, dem Lauf der Zeit zu vertrauen, oder, wie Musiker zu sagen pflegen, seinen Pflichten nachzukommen.

Als Teenager lebte ich viele Jahre mit dem legendären Schlagzeuger Kenny Clarke in Paris und dem bedeutenden Schriftsteller James Baldwin in

Saint-Paul-de-Vence und New York zusammen. Dabei konnte ich aus unmittelbarer Nähe beobachten, wie diese beiden Legenden, die den Lauf der Geschichte auf ihrem jeweiligen Gebiet und jenseits davon eigenhändig veränderten, die Aufgabe, ihre eigene Sprache zu finden und sie zu vermitteln, angingen. Meiner Meinung nach ist die Identität eines Künstlers im Allgemeinen direkt mit seiner Rolle als Beobachter der Welt, die ihn umgibt, verknüpft. Erst wenn wir diese Rolle beherrschen, können wir Geschichten erzählen - was letztlich die Aufgabe eines jeden Künstlers ist, egal ob es sich um einen Musiker, Maler, Schriftsteller etc. handelt. Bestenfalls besteht die Rolle des Künstlers darin, das, was wir alle fühlen oder gern fühlen würden, zu verdichten

und zu reflektieren. Wir müssen ein persönliches Alphabet und ein neues Vokabular entwickeln - und daraufhin hoffen, dass wir schließlich auch eine Geschichte zu erzählen haben.

Die Hindernisse, die sich uns im Laufe unseres Lebens in den Weg stellen, sollten jeden einzelnen Künstler dazu ermutigen, sich diesen zu stellen, sich mit ihnen zu konfrontieren und sie schließlich zu überwinden, und dafür müssen wir das echte und richtige (wenn ich das so sagen darf) Verhältnis zu dem aufbauen, was wir unser „Handwerk“ nennen könnten. Ich denke, viele Künstler wissen, dass Erfahrung nicht in dem besteht, was einem passiert, sondern vor allem in der „Art und Weise“, wie man sich dem Leben und den Ereignissen im Allgemeinen stellt und auf sie reagiert.

Ich bin mir vor allem in den letzten Jahren über den Rhythmus als das eine wirklich bindende Element zwischen Melodie, Harmonie und Puls bzw. Tempo bewusst geworden. Rhythmus ist ein unterbewertetes Element, das wir beim Lernen bzw. Lehren als Grundübung bzw. als ein Fach unter vielen anderen wahrnehmen. Durch meine vielfältigen Herangehensweisen aus unterschiedlichen Blickwinkeln konnte ich jedoch feststellen, dass Rhythmus das entscheidende Element ist für die Entfaltung eines wirklichen Persönlichkeitsprofils und die Positionierung eines Künstlers. Er ist die Veranschaulichung des Herzschlags und der Entwicklung all dessen, das mit dem sogenannten Tempo verbunden ist. Er steht für die Art und Weise, in der wir uns mit einer Melodie, mit anderen und uns selbst verbinden und er hilft uns zu entscheiden und somit auch präzise zu sein in dem, was wir vermitteln möchten. Ich glaube sogar, dass Rhythmus, als Säule des Lebens richtig eingesetzt, das meint, was viele Menschen als „Charisma“ bezeichnen. Entscheidung führt zu Präzision und zum Ich und somit zur Entwicklung einer wahren Identität. Vielfalt leitet sich von einer gewissen Toleranz gegenüber dem Leben und den damit einhergehenden Turbulenzen und gegenüber anderen ab, und dies ist meiner Meinung nach erst möglich, wenn man sich täglich mit der eigenen Identität auseinandersetzt. Die Rolle eines Künstlers kann dann klare Formen annehmen und in diesen äußerst rauen Zeiten sehr nützlich sein - jenseits von Erfolg und Ruhm, jenseits der von uns gewählten Stile und Ausdrucksformen.

II. „WORLD CAFE“-GESPRÄCHE

Vielfalt, Identität und Publikumsaufbau abseits der ausgetretenen Pfade – Diskussion mit Muhammad Mughrabi

von Stefan Heckel, Vorsitzender der PJP-Arbeitsgruppe

Der Rapper, Produzent und Sozialarbeiter Muhammad Mughrabi aus dem Shuafat-Flüchtlingslager in Ost-Jerusalem, Palästina.

Muhammad Mughrabi war Gastredner bei der PJP-Konferenz 2015 und nahm als solcher an einer Podiumsdiskussion mit Merlijn Twalfhooven, Scott Cohen und David Linx teil. Muhammad ist ein palästinensischer Rapper und Produzent, der aufgrund mangelnder Übertragungsmöglichkeiten durch öffentliche Sender in seinem Land hauptsächlich mit Social Media arbeitet. Neben seiner eigenen Musik kümmert er sich als künstlerischer Leiter um ein Kinderzentrum des Shuafat-Flüchtlingslagers in Ost-Jerusalem und sorgt dort für ein relativ sicheres Umfeld, das Kindern, die in extremen politischen und sozialen Verhältnissen aufwachsen, kreative Ausdrucksmöglichkeiten bietet.

Zum Finden der eigenen Identität: In Palästina und Israel ist die Gesellschaft gespalten - man ist entweder Israeli oder Palästinenser. Es ist schwer, in einem derart stereotypen Umfeld einen individuellen Weg zu finden und eine Identität zu entwickeln.

Gemeinschaftliche Interessensgruppen sind in einer Gesellschaft, in der man ansonsten völlig sich selbst überlassen ist und das Bildungssystem kaum existiert, sehr wichtig.

Musikalische Vielfalt hilft einem als Musiker und Künstler, die eigene Identität zu entwickeln. Muhammad sagt über seine Kindheit und seine erste Berührung mit Musik: „Die ganze gute Musik war auf meiner Playlist“ und: „Kleine Kinder wissen nicht, was Identität ist - sie haben einfach eine“.

„Kleine Kinder wissen nicht, was Identität ist - sie haben einfach eine.“

Zum Aufstieg des arabischen Rap und Hip-Hop: Die Isolation und Unterdrückung in Palästina begünstigte die Entstehung des arabischsprachigen Raps. Muhammad Mughrabi sagt, dass arabischer Rap gegen Anfang dieses Jahrtausends in Palästina entstanden ist. Hip-hop kann - aufgrund seiner klaren Verbindung zum Geschehen auf der Straße - als eine Art musikalisches „CNN“ bzw. Informationszentrum für jeglichen Ort auf dieser Welt

betrachtet werden. Auch eine Form von demokratischem Islam spiegelt sich darin wieder: „Jeder bringt jedem etwas bei“. Im Rap geht es um Meinungsfreiheit. In Muhammad Mughrabis Rap-Texten werden die vielen Fragen in Bezug auf die Islam-Krise sehr kritisch behandelt.

Social Media sind für die junge Bevölkerung eines isolierten Landes sehr hilfreich. Oft stellen sie die einzige Möglichkeit dar, sich mit der Außenwelt zu verbinden. In Palästina verfügt jeder junge Mensch über ein Smartphone; der Zugang zum Internet ist unbegrenzt verfügbar. Social Media helfen, die von den lokalen Behörden aufgestellten Abgrenzungen zu überwinden. In Palästina haben die Social Media aber auch eine gefährliche Seite,

zumal der gesamte Informationsfluss auf seinen politischen Inhalt hin geprüft wird und man gegebenenfalls schnell dafür im Gefängnis landen kann.

Zum amerikanischen/New-Yorker Hip-Hop und dessen Einfluss auf ihn selbst: Muhammad sagt, dass er die Wurzeln des Hip-Hops kennt. Er bedient sich des Stils, den er mit seinem eigenen Inhalt füllt.

Zur Publikumsentwicklung: Muhammad Mughrabi sagt, dass es für seine Musik nicht an Publikum mangelt. Rap ist einer der wenigen Möglichkeiten für Menschen, sich frei zu äußern. Im Allgemeinen spielt er vor großen Menschenmengen.

Es scheint, dass in einem physisch begrenzten und isolierten Raum, in dem das Gefühl von Unterdrückung vorherrscht, wie es etwa in Palästina der Fall ist, eine große Nachfrage an Rap-Musik besteht, zumal diese sowohl in Live-Situationen wie auch in virtuellen Umgebungen als soziales Forum für Austausch dient.

Zu seiner Arbeit in einem Kinderzentrum des Shuafat-Flüchtlingslagers: Muhammad Mughrabi ist der künstlerische Leiter des Zentrums und arbeitet dort mit „Junk“-Percussion und Urban Dance. Er kümmert sich mehrmals pro Woche um verschiedene Kindergruppen. Das Zentrum ist vor allem ein sicherer Ort für Kinder, die ansonsten sich selbst überlassen wären in einem gefährlichen Umfeld.

Die Auseinandersetzung mit Kunst bedeutet für die Kinder in diesem Zentrum auch, sich mit der Welt verbinden zu können. Der traditionelle Kunstunterricht in Palästina steht voll und ganz im Zeichen nationaler Symbolik und lässt wenig oder gar keinen Raum für individuellen Ausdruck. Die größte Angst des palästinensischen Volkes besteht darin, seine Identität als Nation zu verlieren; daher liegt der Fokus jeglicher Bemühungen auf dem Traditionserhalt.

Muhammad Mughrabi nutzt Kunst für therapeutische Zwecke. Er hat beobachtet, dass Kinder beginnen, sich eine Meinung zu bilden, wenn sie sich mit Kunst und Musik beschäftigen.

Einige Zitate der anderen Gesprächsteilnehmer zu Muhammads Äußerungen:

Scott Cohen: „Es gibt eine Leere (in den Gesellschaften/der Welt/der Politik), die es durch Musik und Musiker auszufüllen gilt“.

David Linx: „Ein wahrer Künstler ist, wenn er herausragend ist, auch politisch“

Der PJP-Grundsatzredner und mit einem Grammy-Award ausgezeichnete Jazzpianist Danilo Pérez: „Musik ist ein Instrument für soziale Veränderung“.

Gespräch mit Merlijn Twaalfhoven im World-Café

von Hannie van Veldhoven, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Merlijn Twaalfhoven (*1976) war einer der Gastredner bei der AEC-PJP-Konferenz in Valencia, in deren Rahmen er zusammen mit Scott Cohen, Muhammad Mughrabi und David Linx an einer Podiumsdiskussion teilnahm. Im Anschluss daran wurde die Diskussion mit ihm und einer kleineren Gruppe von TeilnehmerInnen an einem Tisch im World-Café fortgesetzt.

Merlijn ist Komponist und arbeitet als solcher in Konfliktzonen und an unkonventionellen Orten. Seiner Meinung nach müsste Musik immer mit der Gesellschaft verbunden sein. Er sucht stets nach Möglichkeiten musikalischer Zusammenarbeit zwischen dem Publikum und MusikerInnen, wodurch sich interkulturelle Dialoge einstellen. Seine Arbeit mit MusikerInnen, Kindern und einem breiten Publikum in Jerusalem, Damaskus, Westjordanland und in Flüchtlingslagern in Jordanien und Palästina wurde 2011 von der Unesco ausgezeichnet, indem ihm der Titel „Young Artist for intercultural dialogue between the Arab and Western worlds“ (Junger Künstler für interkulturellen Dialog zwischen der arabischen und der westlichen Welt) verliehen wurde.

Die dem „Ich - Wir - Jetzt!“ innewohnende Kraft

An einem Tisch des World-Café sitzend erläutert Merlijn, dass für ihn das Konzept „Engagieren/Verbinden“ mehr Relevanz hat als die „Musiker-Publikumsidee“. So hat er z.B. nie eine CD aufgenommen, da die Priorität für ihn als Künstler in der Aktivität von Menschen, in der verbindenden Live-Begegnung liegt. Im Laufe der Diskussion machte er seine Position deutlich, etwa durch Statements wie: *„Geht nicht ins Museum, ein Museum ist etwas für Tote. Lebende Künstler, geht in die Welt!“*

*„Innovation = Elemente
aus dem Curriculum
extrahieren; etwas
herausnehmen und Platz
machen für Träume!“*

Außerdem: *„Es geht ums Jetzt nicht um mich“* (dabei bezieht er sich auf die Verbindung des Musikers mit der Gesellschaft). Dies bedeutet jedoch nicht, dass das Subjektive völlig ausgeblendet werden sollte: *„Wenn Du bei Deinen Bemühungen um Frieden in Nahost nicht Deine eigene Geschichte mitbringst, machst Du nur Politik“*. Er ruft zum Handeln auf: *„Die Kraft liegt im Ich - Wir - Jetzt!“*

Taxifahrer sein

Seiner Meinung nach geht es in der Bildung um die Zukunft; wir werden eine Nische für uns selbst finden und im Jetzt anfangen müssen. Er gibt ein Beispiel: wer gern Auto fährt, könnte Taxifahrer werden. Aber vielleicht wird einen das nach einer Weile langweilen: d.h. man muss einen Weg finden, um sich ein Ziel zu setzen! Studierende sollten aufgefordert werden, ihre Ziele zu beschreiben. *„Es ist eine Kunst, über Träume zu sprechen“*, sagt er. Bezug nehmend auf die Metapher des Taxifahrers: *„Als Student habe ich es geliebt, alternative Wege zu finden, nicht nur in der klassischen Musik, sondern auch in unterschiedlichen Kulturen. Ich habe sehr gern studiert (so wie ich auch einfach*

gern Taxi gefahren bin), aber es gab überhaupt keinen Bezug zur Außenwelt. Heute würde ich den Studenten fragen: „Du fährst also gern Auto; wo soll's denn hingehen?“

Träume wagen: ein Reisender, nicht ein Tourist sein

Die Abschlussprüfung der Studierenden stellt gleichzeitig den Beginn ihrer „Tour“ durchs Musikleben dar. Meistens können wir ihren Verlauf jedoch nicht beobachten und bewerten, da die Studierenden nach ihrem Studienabschluss „aus dem System fallen“ [außer dort, wo ein Nachverfolgungssystem ehemaliger Studierender implementiert ist]. Studierende werden gern mit vielen Ideen vorgestellt, letztere in die Praxis umzusetzen ist jedoch sehr wichtig - und braucht Platz. Merlijn fügt in der Diskussion hinzu: „Innovation = Elemente aus dem Curriculum extrahieren; etwas herausnehmen und Platz machen für Träume“. Indem diese Träume ins Curriculum eingebaut werden (wofür man Platz braucht!), wird der/die StudentIn besser entscheiden können, wohin seine/ihre Reise gehen soll.

Info-Überlastung!

Merlijn findet, dass das Curriculum der Musikhochschulen überladen ist mit, seiner Meinung nach, unwichtigen Dingen, wodurch eine Generation von überladenen Menschen entsteht. Wird dies herausragende Studierende hervorbringen? Er glaubt es nicht.

Die Frage „Was ist Dein Ziel?“ ist schwierig für Studierende. Aber das eigene Ziel zu hinterfragen sollte durchaus Teil des Studiums sein, wie Merlijn während der Diskussion anmerkt: *„Frag Dich selbst: An welchem Punkt meiner Reise befinde ich mich gerade?“*.

Was ist also der nächste Schritt?

Nehmen wir als Beispiel einen BWL-Studiengang: wenn ein solcher Studiengang so weit ist, dass er von Studierenden belegt werden kann, ist er auch schon wieder veraltet, meint Merlijn. Das Musikhochschulstudium sieht er ähnlich: als ginge man an einem Fluss entlang in Richtung eines Wasserfalls: man bereitet alles vor, aber sobald man über die Klippe kommt (d.h. seinen Studienabschluss gemacht hat), fällt das Wasser. Das Schlimme für die Studierenden ist seiner Meinung nach, dass die Abschlussprüfung meistens den Höhepunkt für die Studierenden darstellt. Und danach kommt dann das notorische „schwarze Loch“. Zur Übung sollte man alle zwei Wochen eine Abschlussprüfung machen müssen, andernfalls ist man zum Scheitern verurteilt. Das Arbeiten an verschiedenen Aufgaben - so die Situation an den heutigen Musikhochschulen - ist genau das Gegenteil von dem, was es bedeutet, sich auf ein einziges Ziel zu konzentrieren.

Merlijn stellt eine Methode vor, die sich „Scrum“ nennt (und ihren Ursprung im Rugby findet). Sie funktioniert folgendermaßen: man verspricht einem „Kunden“, dass etwas bis in zwei Wochen fertig sein wird, und dann sprintet man im Team in Richtung dieses Ziels. So entsteht immer etwas Neues, sagt Merlijn. D.h. man konzentriert sich bei der Arbeit auf ein einziges Ziel, anstatt an mehreren Aufgaben gleichzeitig zu arbeiten. Merlijn ist überzeugt, dass Studierende auf diese Weise das potentielle schwarze Loch vermeiden können. Tatsächlich macht man alle zwei Wochen eine Abschlussprüfung. Merlijn: *„Wenn ich Leiter einer Jazz/Pop-Abteilung wäre, würde ich den Wochenplan abschaffen“*. Er empfindet das Multitasking, das segmentierte Übergehen von einem Stundenplanfach zum nächsten, als verheerend.

Ein Boot bauen und eine Geschichte über den Horizont erzählen

Merlijn sagt, dass er Email, Internet etc. fürchtet, *gerade weil* er alles wissen will. Alles ist interessant und inspirierend, aber es ist eben einfach zu viel. Wir werden lernen müssen, damit umzugehen. Zum Thema Jugendliche, die ihre Hausaufgaben mit dem Internet, Radio, WhatsApp machen: Studien zur Entwicklung des Gehirns zeigen, dass unser Gehirn sich nicht schnell genug verändert, damit wir mit alledem gleichzeitig umgehen können.

Merlijn beendet die Sitzung, indem er seiner Bewunderung für Antoine de Saint-Exupéry (Le Petit Prince) Ausdruck verleiht und uns als LehrerInnen folgenden Rat für unsere Arbeit mit den Studierenden mit auf den Weg gibt:

Baut ein Boot

Macht keinen Unterricht dazu

Erzählt eine Geschichte über den Horizont

Vielleicht finden sie ein Flugzeug.....

Momentan arbeitet Merlijn an zwei interessanten Projekten:

Musikpostkartenprojekt

Es werden kurze Videos mit Melodien, Liedern und Gedichten von jungen MusikerInnen aus den Flüchtlingslagern in Nahost gesammelt. Diese „Musikpostkarten“ werden an das Education-Projekt des New York Philharmonic gesendet, wo sie als wesentlicher Bestandteil eines kreativen Prozesses in Kompositionen und sonstiges Musikschaffen einfließen. Die Ergebnisse werden von ProfimusikerInnen aufgeführt und somit auf höchstem Niveau interpretiert. Seine Anfrage lautet:

„Sind Sie an einer Zusammenarbeit mit uns interessiert? Z.B. in Form von Kooperationen zwischen Musikhochschulstudierenden und Kindern, in deren Rahmen die neuen Kompositionen und musikalischen Postkarten der Flüchtlingskinder dargeboten werden?“

Lassen Sie von sich hören - ich kann Ihnen weitere Informationen zukommen lassen!“

Eine Akademie zum gemeinsamen Nutzen - Methode für praktischen Idealismus

Die Methode vereint die jüngsten Erkenntnisse aus den Bereichen Management, Marketing und Psychologie (wie z.B. Scrum) und wandelt diese in praktische Hilfsmittel für KünstlerInnen und sonstige praktische IdealistInnen um.

Durch die Schwerpunktlegung auf gemeinsames Nutzen und Zusammenarbeit können die TeilnehmerInnen unmittelbare Erfahrungen mit dem Verhältnis zwischen Idealismus, einer inspirierenden Vision, ihrer Resonanz bei ihren UnterstützerInnen und ihrer Auswirkung auf eine bestimmte Gemeinschaft machen.

Merlijns Vision wird in „Art in the world“ erläutert und ist als e-Book unentgeltlich verfügbar unter: http://issuu.com/merlijntwaalfhoven/docs/art_in_the_world#download

Wie neues Publikum mithilfe neuer Medien erreicht werden kann: Die Auswirkungen und Herausforderungen für den Musikhochschulsektor – eine Diskussion mit Scott Cohen

von Lars Andersson, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Ein Bericht aus dem World-Café mit Scott Cohen

Die Auswirkung für uns als Musikhochschulen besteht darin, dass wir unseren Studierenden helfen müssen, Wissen und Fertigkeiten für die Anwendung dieser neuen Social Media zu entwickeln, indem wir diese in die Curricula aufnehmen. Als Organisationen müssen wir uns in Bezug auf das Erzeugen und Vermitteln von Musik unter Zielgruppen den Veränderungen in der Gesellschaft anpassen. Wir müssen erkennen, wann es an der Zeit ist, dass wir uns verändern; und wir müssen ein klareres Verständnis dafür entwickeln, wie sich das Interesse an und die Haltung gegenüber Musik und kultureller Einbindung seitens unseres zukünftigen Publikums auf die Form, in der sich dieses Publikum mit Musik auseinandersetzen möchte, auswirken wird. Dies bedeutet, dass wir unsere Curricula anpassen und verändern müssen, um Barrieren zu beseitigen, die unsere Studierenden andernfalls daran hindern werden, in ihrem Musikberuf erfolgreich zu sein.

Scott Cohen nahm als Gastredner der PJP-Konferenz 2015 an einer Podiumsdiskussion und einem anschließenden Gespräch am Runden Tisch teil, in dessen Rahmen die Frage der Verbindung zwischen KünstlerInnen und Publikum erörtert wurde. Die ersten Fragen, die am Runden Tisch gestellt wurden, lauteten: **Welche Rolle spielt die Identität eines Künstlers/einer Künstlerin im heutigen Musikgeschäft?** und **Wie können Musikhochschulen Studierenden dabei helfen, ihre musikalische Identität im Laufe ihres Studiums aufzubauen?**

Scott Cohen zieht in seiner Antwort einen Vergleich zum Sport.

- Die Unterschiede zwischen Fußball, Surfen, Sumo und Snooker sind enorm. Es gibt unterschiedliche Regeln, meistens auch unterschiedliche Fans, unterschiedliche Arten des Marketings, unterschiedliche Qualifikationen und unterschiedliche Anspruchsniveaus - von Kindern, die sich auf dem Spielplatz vergnügen, über konkurrierende Profis bis hin zu einzelnen Spitzensportlern. Im Sport sind sich Athleten und Fans über diese offensichtlichen Unterschiede bewusst. In der Musik trifft dies weniger zu. Kunst verwischt Grenzen und schafft Konflikte. So kann man beispielsweise ein großer Künstler sein und dennoch Schwierigkeiten haben, kommerziellen Erfolg zu erzielen und ein Massenpublikum zu erreichen. Aber vielleicht ist das eigentlich abnormal. Wir verfügen über die Mittel zur Schöpfung und Verbreitung von Musik, die sich an ein globales Zielpublikum richtet.
- Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass man im Sport einen bestimmten Platz in der Rangliste erreichen kann. Dies ist in der Kunst anders. Da es so etwas wie eine Rangliste, auf die sich die Studierenden berufen können, nicht gibt, neigen sie dazu, ihr musikalisches/technisches Können mit dem kommerziellen Erfolg, den sie erlangt haben (oder nicht), zu verwechseln.
- Scott fährt fort, indem er darauf aufmerksam macht, wie viele junge KünstlerInnen lediglich zu ihrem Vergnügen Musik machen. Allerdings ist die Musikindustrie heute

komplexer. Früher war sie simpel (wenn auch nicht einfach), zumal es nur wenige Plattformen (vor allem Radio und Presse) gab, über die man die Menschen erreichen konnte. Heutzutage kann jeder erreicht werden, allerdings gibt es eine Menge Plattformen. Das heißt, dass man eine Strategie braucht, um sein Publikum zu finden.

Welche Strategien brauchen also unsere Studierenden und junge KünstlerInnen, um ein Publikum zu erreichen?

- Unsere Art, Geschichten zu erzählen, hat sich geändert. Es ist heute mehr wie ein Puzzle; man kann kleine Teile wählen und sie zusammensetzen. So funktionieren Social Media. Man kann Informationen in jeglicher Reihenfolge mitteilen oder aufnehmen. Es gibt so viele Leute, die Musik zu ihrem Vergnügen machen und produzieren. Es ist leichter geworden, Musik zu machen und zu verbreiten, aber es ist nicht unbedingt leichter geworden, ein Publikum zu erreichen. Man kann Leute nicht erreichen, indem man auf sie zugeht mit etwas, das man über die Social Media verkaufen möchte. D.h. man muss interessante Geschichten über sich selbst oder das zu verkaufende Produkt in Umlauf bringen. Man sollte den Kontext, nicht die Produkte selbst verkaufen. Großartige Musik allein ist nicht genug, und das war auch noch nie anders. Wenn man als KünstlerIn die neuen Medien nicht nutzt, wird man jemanden brauchen, der sich um die Business-Fragen des eigenen Business kümmert.

Wie können wir also mit dem Puzzle umgehen und neue Medien nutzen, um ein Publikum zu erreichen?

Es ist leichter geworden, Musik zu machen und zu verbreiten, aber es ist nicht unbedingt leichter geworden, ein Publikum zu erreichen.

Neue Medien werden als eine Plattform für den Verkauf der eigenen Produkte betrachtet. Wir müssen jedoch einen Weg finden, um direkt mit Menschen zu tun zu haben. Wir müssen bereit sein, sowohl geschäftlich wie auch in der Musik ein Risiko einzugehen. Man muss lernen, die Social Media unter diesen besonderen Bedingungen zu nutzen. Wer würde sich einen ganzen Videoclip von 7 Minuten ansehen, der auf dem eigenen Telefon angekommen ist? Wenn er nur 30 Sek. lang wäre, würde man sich den Clip vielleicht ansehen. Und dann wäre man vielleicht an noch mehr interessiert. Man sollte kurze Videoclips machen und sich auf Mikroinhalte konzentrieren, so dass man seine Sachen nach und nach verbreitet. Kann

man neue Medien dazu nutzen, damit Leute einem einen Teil ihrer Zeit widmen? Wenn es ums Geschäftliche und ums Geldverdienen geht, kann man seinen eigenen YouTube-Kanal einrichten und seinen eigenen Inhalt mindestens 2-3 Mal wöchentlich hochladen. Man muss werben. Pro YouTube-AbonnentIn erhält man durchschnittlich 1 USD pro Jahr. YouTube geht es darum, wie viel Abonnenten man tatsächlich hat, nicht wie oft man angeklickt wurde. Es ist besser, sich ein sehr lokales Publikum über Facebook aufzubauen als Tausende von Leuten zu haben, die einen in der ganzen Welt über dieses Medium verfolgen. Die vier wichtigsten Plattformen, die man für den Aufbau eines lokalen Publikums nutzen kann, sind Facebook, YouTube, Twitter und Instagram.

Diskussion über Identität im World-Café

von Udo Dahmen, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Im World Café diskutierten zwei Gruppen, beide mit 10-12 TeilnehmerInnen aus Skandinavien, Italien, Niederlande und Deutschland, zweimal 30 Minuten lang über das Thema „Identität“.

Identität lässt sich als unverwechselbares Merkmal bzw. Reihe von Merkmalen definieren, die spezifisch für jedes Individuum oder den Mitgliedern einer bestimmten sozialen Kategorie oder Gruppe gemein sind.

Peter Weinreich (Psychologe, University of Ulster, UK) definiert die Identität einer Person „als Gesamtheit der eigenen Selbstdeutung, wobei die Selbstdeutung in der Gegenwart Ausdruck der Kontinuität zwischen der Selbstdeutung in der Vergangenheit und der für die Zukunft angestrebten Selbstdeutung ist“ (Peter Weinreich, 1986).

Die TeilnehmerInnen einigten sich darauf, Identität (für die Zwecke der Diskussion) mit Identität eines Musikers/einer Musikerin gleichzusetzen. In diesem Fall meint Identität die Hauptkomponente eines Künstler- bzw. Bandprofils, in der sich die Einzigartigkeit eines Künstlers/einer Künstlerin durch seine/ihre Einstellung sowie durch bestimmte angewendete Codes zeigt - sprich es geht um den Aufbau eines bestimmten Images.

Die Identität eines Künstlers/einer Künstlerin entwickelt sich durch Praxis, Wissen, Fertigkeiten und seine/ihre Persönlichkeit (und stützt sich dabei auf die persönliche Selbstdeutung des Künstlers/der Künstlerin). Persönliche Aspekte umfassen bestimmte Haltungen in Bezug auf Gesellschaft, Politik, Kunst etc.

Vom Publikum als authentisch wahrgenommen zu werden bildet häufig die Grundlage für ein persönliches Statement in der Musik und kann somit als treibende Kraft für den Aufstieg des Künstlers/der Künstlerin und für das Publikum selbst wirken. Eingesetzte Strategien können als Aspekte des Lebens eines Musikers/einer Musikerin durch Musik zum „Erzählen einer Geschichte“ hochstilisiert werden. Die Persönlichkeit des Künstlers/der Künstlerin sollte sich in der Musik, der Komposition, den Liedtexten, dem Sounddesign, dem Arrangement, der Produktion, der gesanglichen und instrumentalen Darbietung sowie im Können des gesamten Ensembles widerspiegeln. Dieses persönliche Statement sollte dem Publikum die Möglichkeit geben, auf den/die MusikerIn zu reagieren. Einige TeilnehmerInnen meinten, dass sich ein/e KünstlerIn auch als sozial verantwortliches Individuum verstehen müsse - indem er/sie Spiritualität, Wahrhaftigkeit, Demut, Zielgerichtetheit, Stärke beweist - und dies der Gesellschaft (z.B. über die Social Media) vermitteln sollte.

Wir diskutierten auch über das jeweilige Image von KünstlerInnen (z.B. David Bowie, Madonna). Der Aufbau einer Corporate Identity kann hier eine Rolle spielen, hängt jedoch vom steuerlichen Aufwand ab und ist nur in bestimmten Genres sinnvoll.

Manche Musikgenres erfordern spezifische instrumentale Fertigkeiten (z.B. Double-Bass im Metal). In diesem Fall kann das Aneignen dieser Fertigkeiten Teil der Identitätsfindung und -definition des/der betroffenen Musikers/Musikerin sein.

Außerdem benutzen KünstlerInnen und Bands nonverbale Kommunikationscodes durch ihr Verhalten in den Medien und auf der Bühne. Die Live-Aufführung spielt eine wesentliche Rolle beim Erreichen des Publikums und stützt sich dabei sowohl auf bestimmte Codes und Rituale wie auch auf das „Geheimnis der Kommunikation“ durch die Musik selbst (z.B. Danilo Pérez als Vermittler zwischen MusikerInnen und einem bestimmten Publikum).

Eine gemeinsame Verhaltensweise - darin inbegriffen wie man sich kleidet, was man sagt und wie man es sagt etc. - ist sowohl auf der Bühne wie auch in den Medien ebenfalls ein wichtiger Faktor. Alles in allem sollte sich der/die KünstlerIn nicht auf ein Genre beschränken (nicht einem bestimmten Genre verhaftet sein), sondern sich auch weiterbewegen und seine/ihre Ideen und Fähigkeiten über die Genregrenzen hinaus weiterentwickeln.

Diskussion über Publikum im World-Café

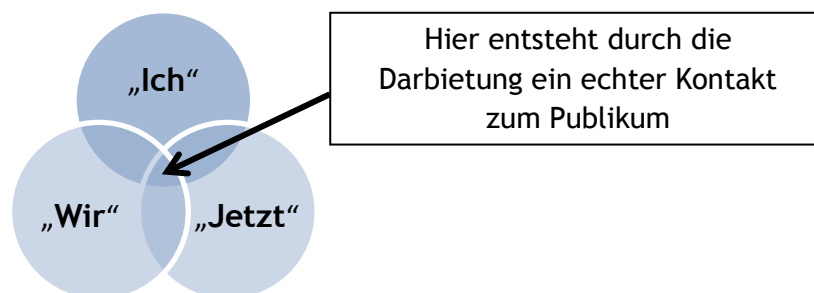
von Jeremy Cox, AEC-Geschäftsführer

*Aber im Allgemeinen
wird „Publikum“ noch
immer als etwas
Abstraktes, Passives
und Undifferenziertes
wahrgenommen*

Die jeweiligen Diskussionen zu diesem Thema verliefen in beiden Gruppen zunächst mehr oder weniger deckungsgleich, bewegten sich schließlich jedoch in unterschiedliche Richtungen. Insgesamt lassen sich die Überlegungen der beiden Gruppen wie folgt zusammenfassen:

- Wir müssen unsere Studierenden dazu ermutigen als *VerfechterInnen* einzutreten - nicht nur für ihre eigene Arbeit, sondern für die Musik, die Kunst und die Kultur als Ganzes
- Musikhochschulen tendieren dazu, die Publikumsrezeption in ihrem Ausbildungsangebot eher nicht zu berücksichtigen; in ihrer Auseinandersetzung mit der Beschäftigungsfähigkeit kommen sie diesem Thema vielleicht am nächsten, aber im Allgemeinen wird „Publikum“ noch immer als etwas Abstraktes, Passives und Undifferenziertes wahrgenommen
- Wir sollten uns unsere Studierenden als „tätige KünstlerInnen“ vorstellen, die bereits ab ihrem ersten Tag an der Musikhochschule über eine erste Publikumsbasis verfügen
- Das „DNA“ von Institutionen, die auf Pop & Jazz spezialisiert sind, unterscheidet sich von klassischen Musikhochschulen. Da sie normalerweise noch nicht so lange existieren und weniger solide angelegt sind, geht es an diesen Institutionen meistens nicht einfach nur um Ausbildung; um überleben zu können, müssen sie sich kreativ am Publikumsaufbau beteiligen
- Außerhalb der Musikhochschule aufzutreten, sollte im Lehrplan vorgesehen sein. Dafür ist es wichtig, öffentliche Veranstaltungsorte zu finden, die mit der Musikhochschule kooperieren. Ein Modell besteht darin, dass Bachelor-Studierende, von einem/einer MentorIn betreut, an diesen öffentlichen Veranstaltungsorten auftreten, während sich fortgeschrittenere Studierende eigenständig organisieren
- Die von einer Generation von Studierenden aufgebauten Kontakte zu Veranstaltungsorten können an den nächsten Studienjahrgang weitergegeben werden, wodurch Kontinuität und Vertrauen zu KonzertmanagerInnen aufgebaut werden
- Ein interessantes Modell für Musikhochschulen besteht darin, eine Partnerschaft mit Universitäten zu bilden, die über Aufführungsstätten auf dem eigenen Campus verfügen. Die Musikhochschulstudierenden tragen zum jeweiligen Veranstaltungsprogramm bei, und durch den Zugang zu diesen Veranstaltungsorten bauen sie sich ein Publikum von Gleichaltrigen auf, das sie womöglich ein Leben lang begleiten wird

- Was das zeitgenössische Publikum anbelangt, müssen wir uns als Mitlernende unserer Studierenden betrachten - sie haben mehr Erfahrung mit dem, was das zeitgenössische (und zukünftige) Publikum mag
- Online-Material und Nutzungsverhalten erfordern, dass jegliche Live-Darbietung dem hohen Produktionswert entspricht, den „KonsumentInnen“ auf ihren Smartphones, Tablets etc. erwarten. Dies bedeutet, dass die Entwicklung von Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten immer wichtigere Bestandteile des Lehrplans werden
- An manchen Musikhochschulen werden diese als Komponente von „kaufmännischen Fertigkeiten“ betrachtet; an anderen sind sie in die technischen und interpretativen Aspekte des Hauptfachs integriert. Wie sie diese Fragen in den Lehrplan einbauen, ist den einzelnen Institutionen überlassen, aber die Verbindung zwischen guter Kommunikation und dem ganzen Paket an „unternehmerischen“ Fähigkeiten gewinnt auf jeden Fall zunehmend an Bedeutung
- Manche Musikhochschulen arbeiten mit betriebswirtschaftlichen Fakultäten zusammen; den Studierenden werden „Start-Up“-Fähigkeiten vermittelt, als seien sie als freiberufliche KünstlerInnen kleine Unternehmen; in manchen Fällen entstehen daraus Partnerschaften für Wissensaustausch mit kleinen und mittelständischen Unternehmen
- Andere Institutionen nutzen Synergien zwischen ihren eigenen Studienprogrammen - so dass Studierende, die sich jeweils in den Bereichen Darbietung, Produktion und Betriebswirtschaft spezialisieren, zusammenarbeiten und jeder durch seine eigene Spezialisierung etwas beitragen kann
- Wieso also besuchen Leute trotz des reichhaltigen Online-Angebots Live-Veranstaltungen, und wieso sollten wir unseren Studierenden weiterhin die für diese Art von Veranstaltungen erforderlichen Fähigkeiten vermitteln? Weil *Teilnehmen* noch immer etwas Einzigartiges ist; um wirklich in eine Darbietung einzutauchen, „muss man sie riechen“!
- Um es noch einmal in Merlijn Twaalfhovens Worten zu sagen: „*Die Kraft liegt im Ich - Wir - Jetzt!*“. Eine Live-Aufführung ist das, wo „Ich“, „Wir“ und „Jetzt“ wirklich zusammenkommen und der Kontakt mit dem Publikum in seiner kraftvollsten Form entsteht:



III. BARCAMP-SITZUNGEN

Frauen im Jazz

von Hannie van Veldhoven, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Warum dieses Thema für ein Barcamp?

Man sollte bereits in der Grundschule und an Musikschulen damit beginnen, sich von den Rollenbildern zu verabschieden und Mädchen nicht automatisch zum Gesang und Jungs ans Schlagzeug heranzuführen.

Ich habe dieses Thema vorgeschlagen, da ich meine in den Niederlanden gemachten Erfahrungen mit Leuten aus anderen europäischen Ländern teilen wollte. Wir suchen nach Wegen, wie wir unsere Musikhochschule weniger „weiß“ und „männlich“ machen können.

Ich habe in den Niederlanden eine Forschungsarbeit mit dem Titel „Dieses Mädchen spielt Gitarre!“ durchgeführt, und sämtliche Ergebnisse aus dieser Studie machen deutlich: es gibt keinen wissenschaftlichen Beweis dafür, dass Mädchen oder Frauen in instrumentaler Jazz- oder Popmusik weniger talentiert sind (üblicherweise sind Frauen im Jazz und Pop, wenn überhaupt, Sängerinnen). Der Tatsache, dass Frauen in der Jazz- und Popwelt unterrepräsentiert sind, liegen lediglich soziologische Faktoren zugrunde.

Am Anfang unserer „Barcamp“-Diskussion - zu der sich übrigens nur Männer einfanden! - stellten wir die Frage:

Wieso galt dieses Genderproblem in der Jazz-und Popausbildung bisher als so irrelevant?

Und dadurch stellte sich eine zweite Frage:

Wieso gab es bei dieser Konferenz keine Frauen, weder als Grundsatzrednerin noch als Teilnehmerin der Podiumsdiskussion?

Im Folgenden ein paar Ergebnisse der Diskussion, die hier in zufälliger Reihenfolge aufgeführt werden:

- Bei einer Frau wäre ich vielleicht eher skeptisch. Ich müsste wirklich ganz sicher sein, dass die Frau, die ich einbringe, ein ausgesprochener Profi ist, ansonsten würde ich sie nicht vorschlagen. Es macht einen Unterschied, ob man in einer von Männern dominierten Gemeinschaft, einen Mann oder eine Frau vorgesetzt bekommt. (So die Worte einer Frau.)
- In Holland und Norwegen ist viel über das Thema Frauen in der Musik diskutiert worden. Die Schlussfolgerung daraus ist, dass dieses Problem nur durch eine Quotenregelung zu lösen ist. In der Betriebswirtschaft hat es funktioniert. In meinem Land ist gesetzlich vorgeschrieben, dass sich ein Vorstand zu 40% aus Frauen

zusammensetzen muss. Dagegen wird eingewendet, dass die Qualität durch Quoten in Mitleidenschaft gezogen wird und Frauen denken könnten, sie seien bloß aufgrund ihres Geschlechts ausgewählt worden. Die Qualitätsfrage ist allerdings ohnehin anfechtbar; die Qualitätsmaßstäbe selbst nicht neutral und könnten neu durchdacht und geändert werden.

- Wir haben so viele Normen. Wir haben das Thema „Musik und Gender“ an unserer Musikhochschule untersucht und über das Geschlechtergleichgewicht in Ensembles geforscht - ein Aha-Erlebnis für den Lehrkörper. Die Mitglieder von Prüfungskommissionen sind immer Männer. Das muss sich ändern.
- Wir Musikhochschulen bilden das Ende der Bildungsleiter; wenn die Studierenden zu uns stoßen, haben sie sich bereits seit einiger Zeit für ihr Instrument entschieden. Man sollte bereits in der Grundschule und an Musikschulen damit beginnen, sich von den Rollenbildern zu verabschieden und Mädchen nicht mehr automatisch zum Gesang und Jungs ans Schlagzeug heranzuführen.
- Auf den Fotografien, die wir an unserer Musikhochschule verwenden, bilden wir möglichst viele Frauen ab, die ein Instrument spielen. Studien haben gezeigt, dass es tatsächlich hilft, Rollenbilder zu zeigen.
- Wir sind in Vorbereitung einer Jugendabteilung, an der wir Mädchen dazu anregen wollen, ihr Talent zu erforschen. Wir haben es mit einem tiefgreifenden gesellschaftlichen Problem zu tun, auf das wir mit positiver Diskriminierung reagieren müssen.
- Welche Bereiche eignen sich dafür?
 - Zulassungsquoten
 - Standards
 - Rollenbilder schaffen
 - Die Pädagogik selbst: wenn wir weitreichende Veränderungen anstreben, muss unser Ausbildungsangebot für Frauen attraktiv sein
 - Anwerbung/Marketing
 - Bewusstseinsbildung und soziales Engagement
- Wir müssen Rollenbilder auf organisatorischer Ebene finden - der Fokus sollte nicht nur auf Frauen als Studentinnen, sondern auch als Lehrerinnen und in Führungsfunktionen liegen. Und was können wir in unserem alltäglichen Tun ändern?
- Sprache spielt bei der Genderfrage eine große Rolle. Ein Beispiel aus meinem Institut: ein Mädchen (Sängerin) sagte zu ihren Bandmitgliedern: „Lasst uns dieses Lied in der männlichen Tonart spielen“. Was sie damit meinte, war die Originaltonart, in der das Stück ursprünglich von männlichen Musikern gespielt worden war! Achten Sie auf sprachliche Usancen und korrigieren Sie gegebenenfalls. Wenn in einer Band von den Jungs (engl.: guys) die Rede ist, können sich Frauen nicht damit identifizieren; sie sind keine „Jungs“.
- Wir haben uns an unserer Musikhochschule bewusst um eine Auseinandersetzung mit diesem Problem bemüht, und es hat funktioniert. Die Ausbildung von LehrerInnen spielt dabei eine wichtige Rolle.
- Wir kennen kein weibliches Äquivalent zum „Macho-Saxophonisten“. Ich denke auch

nicht, dass es darum geht, dieselbe Art von Rollen zu haben. Wir müssen mit diesen Rollenbildern brechen.

- Unter Mädchen ist es sehr üblich, an *organisierten* Freizeitaktivitäten teilzunehmen, während die Jungs alleine losziehen, Fußball spielen und in Garagen-Rock-Bands Musik machen. Die organisierten Aktivitäten implizieren einen bestimmten pädagogischen Ansatz. Im Jazz ist man meistens AutodidaktIn. Wir bilden die falsche Art von LehrerInnen aus.
- Identitäten entwickeln sich im Alter von 10-18 Jahren; deswegen ist es so wichtig, Mädchen in diesem Alter dazu zu ermutigen, alle möglichen Instrumente und nicht nur Gesang auszuprobieren.
- Wettbewerb sollte nicht gefördert werden, zumal dies bei Mädchen nicht richtig funktioniert.
- Was bedeutet Wettbewerb (für Jungs, für Mädchen)?
- Auch Geschichtsschreiber sind sexistisch, da sie einfach nicht über Frauen sprechen

Setze Deine Lehren in die Tat um: für die nächste PJP-Konferenz werden wir uns zweifelsohne nach Frauen im Jazz und in der Popmusik umsehen, die etwas beizutragen haben.

Der Diskussion sei noch hinzugefügt: Lucy Green hat ein interessantes „Model of gendered musical meaning and experience“ (Modell für genderspezifische Bedeutung und Erfahrung in der Musik) entwickelt: eine lohnenswerte Lektüre für alle, die an diesem Thema interessiert sind (und das sind Sie natürlich!): *Music, Gender, Education* (1997), Cambridge University.

Fortbildung von LehrerInnen in der Pop- und Jazzausbildung

von Simon Purcell, PJP-Arbeitsgruppenmitglied

Thema: Diskussion zur *Fortbildung von LehrerInnen in der Pop- und Jazzausbildung*

Moderiert von Simon Purcell (Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance)

1. Kontext

- Etwa 12 Delegierte aus ganz Europa - nämlich Spanien, Italien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Frankreich und UK - nahmen an der Sitzung teil.
- Die institutionellen Perspektiven der hier versammelten TeilnehmerInnen waren sehr unterschiedlich und reichten von gerade entstehenden Studiengängen in Italien über seit langem etablierten Studienangeboten in Skandinavien und UK bis hin zur genau definierten Vorreiterposition der Musikhochschule für Rhythmik in Kopenhagen.

2. Diskussion - Aktuelle Situation

Man war der einhelligen Ansicht, dass die Schulung von Lehrenden im Sinne von „Lehrendenfortbildung“ eine *gute Idee* sei, wobei die Erwartungen und Bedürfnisse von den jeweiligen Erfahrungen auf nationaler Ebene geprägt waren, wie etwa:

2.1 Lehrende in neuen Studiengängen:

- Die DozentInnen scheinen sehr damit beschäftigt zu sein, notwendiger-weise eine Kultur zu etablieren, die dem Lehren und Erlernen von Jazz förderlich ist.
- Auch wenn sich der Sektor in den letzten zehn Jahren durchaus weiterentwickelt hat, ist es aufgrund der für die klassische Musik angelegten Lehrpläne und Vorgehensweisen weiterhin schwer, für Jazz- und Popmusik geeignete Lehr- und Lernpraktiken in den neu entstehenden Studiengängen zu entwickeln.
- Grundsätzlich ist Lehrendenfortbildung sehr gefragt, in der Entstehungsphase eines Studiengangs benötigen Lehrkräfte jedoch vor allem Gelegenheiten für internes Networking zu ihrer eigenen Unterstützung und zur Entwicklung einer Kultur.

*Aufgrund der für die
klassische Musik
angelegten Lehrpläne
und Vorgehensweisen
ist es weiterhin
schwer, für Jazz- und
Popmusik geeignete
Lehr- und
Lernpraktiken zu
entwickeln*

2.2 Studiengänge in Skandinavien

- In Skandinavien ist Pädagogik fest in der Musikhochschulbildung verankert, weswegen man dort mit den wesentlichen Aspekten der Bildungspraktiken vertraut ist.

- In der skandinavischen Hochschulbildung sind Jazz-/PopmusikpädagogInnen dadurch, dass Pädagogik ein grundsätzlicher Bestandteil der Ausbildung ist, automatisch für die Lehrtätigkeit *vorbereitet/ausgebildet*.
- Während das Gespräch recht informell verlief, entstand dennoch der Eindruck, dass skandinavische Jazz/PoppädagogInnen einheitlich mit expliziter pädagogischer Sprache und Denkweise vertraut sind.
- Das RMC will über das etablierte Jazz/Pop-Paradigma hinausgehen und sich das Konzept der Lehrendenfortbildung als integrale Funktion der Curriculumentwicklung zu Eigen machen.

2.3 UK

- Als einzelner Teilnehmer bin ich nicht repräsentativ, aber ich kann mit Sicherheit behaupten, dass Musikhochschulen im UK ihren Lehrkörper auf die eine oder andere Art und Weise in Maßnahmen zur Lehrendenfortbildung einbinden müssen.
- Obgleich sich JazzmusikerInnen im UK während ihres Studiums nur selten mit formalen Pädagogikkursen beschäftigt haben werden (und schon gar nicht mit jazz- bzw. popspezifischen Pädagogikkursen), sind die JazzlehrerInnen an meiner eigenen Institution sehr interessiert und bemüht um ihre eigene Weiterentwicklung, teils durch Teilnahme an institutionellen Angeboten, teils durch die Überprüfung ihrer eigenen Lehrpraxis.
- Im UK ist die Jazzausbildung (und in geringerem Maße auch die Popausbildung) längst etabliert. Im Gegensatz zu ihren skandinavischen KollegInnen sind die JazzmusikerInnen im UK allerdings sehr viel weniger mit dem pädagogischen Jargon, den Regelwerken und vor allem mit dem Konzept der Lehrendenfortbildung und der kontinuierlichen Lehrplanüberprüfung vertraut.

3. Lehrendenfortbildung in der Jazz- und Popausbildung

Der Bedarf an Lehrendenfortbildung in der Jazz- und Popausbildung wurde allgemein anerkannt. Die Diskussion konzentrierte sich mehr auf die für die Curriculumentwicklung relevanten Wertvorstellungen und Bedürfnisse als auf die Feinheiten der pädagogischen Praktiken:

3.1 Inhalt:

In folgenden Punkten bestand Einigkeit:

- Die Jazzmusik und -Ausbildung stammt ursprünglich aus den USA, somit sollte ihr *Verhältnis* zum Bildungskanon neu durchdacht werden; insbesondere wurde darauf aufmerksam gemacht, dass *Bebop* unverhältnismäßig dominant und somit restriktiv ist.
- Institutionelle Entscheidungen in Bezug auf den Lehrplaninhalt werden aufgrund von internen Wertesystemen und Bedürfnissen der Studierenden und jeweiligen Kunstformen getroffen.
- Jazz/Popstudiengänge (und ihre DozentInnen) sollten:

- die *Bedürfnisse* und *Ziele* von Studierenden und ihr natürliches Selbstbild anerkennen;
- die mit Diversifizierung einhergehende „Herausforderung“ und die Art und Weise, wie sich Kunstformen dadurch wandeln, wertschätzen;
- sich für die *treibende Kraft* interessieren, die eine/n Studierende/n zum Musikhochschulstudium gebracht hat, und anerkennen, dass dieser Impuls zur eigenen Berufung das ganze akademische Studium hindurch gefördert werden sollte. Der Begriff „künstlerisches Profil“ wurde als Unterscheidung zum akademischen Profil vorgeschlagen;
- begreifen, wie sich der Lehrstil unmittelbar auf das Lernen auswirkt, was sich in den Ergebnissen der Lehr- und Lernstrategien zeigt, die sich durch *Diskussion* und *Flexibilität* kennzeichnen im Unterschied zu unausgewogener und didaktischer *Weitergabe von Inhalten*;
- diese Grundsätze im Lehrplan verankern.

3.2 In Bezug auf die Fortbildung/Weiterentwicklung von Lehrenden:

Die Diskussion drehte sich mehr um die oben genannten Wertvorstellungen als um die sinnvollste Art der Lehrendenfortbildung. Es wurde allerdings vorgeschlagen, dass:

- die Lehrendenfortbildung die Wertschätzung des *künstlerischen Profils* eines/einer Studierenden durch den/die Lehrenden fördern und weiterentwickeln sollte.
- Lehrende ihre Unterrichts- und Lernstrategien auf die Bedürfnisse der einzelnen Studierenden abstimmen sollten.
- pädagogische Methoden in Zeiten enormer gesellschaftlicher und künstlerischer Umbrüche „intelligent“ und anpassungsfähig sein sollten, damit sie der menschlichen Vielfalt und Veränderlichkeit genau entsprechen können.
- Lehrende und LehrplanentwicklerInnen der Unterscheidung zwischen Grundsätzen und Werten studierendenzentrierten Lernens und denen der auf Wissenstransfer basierten Pädagogik, in der Kompetenz in vorgegebenen Fähigkeiten unverhältnismäßig belohnt wird, Beachtung schenken sollten.
- Zwei Arten von LehrerInnen haben ihre Berechtigung:
 - *Clevere PädagogInnen*, die sich durch Anpassungsfähigkeit, aber auch durch ein solides und stets aktualisiertes didaktisches Know-How auszeichnen. Sie sind ebenso spezialisierte DozentInnen wie KonzertmusikerInnen.
 - SpezialistInnen und „*Besessene*“, die typischen Universalgelehrten in der Musikausbildung (vor allem im Jazz/Pop). Diese DozentInnen sind wichtig, müssen jedoch die übergeordneten Grundsätze eines studierendenzentrierten Curriculums übernehmen.

Abschließend gelangte man zu der allgemeinen Ansicht, dass zwar Einigkeit über die oben genannten Wertvorstellungen herrsche, die vollständige Umsetzung pädagogischer und lehrplanbezogener Entwicklungsprozesse jedoch viel Zeit in Anspruch nehmen würde.

3.3 Die Auswertung des Moderators

- Diskussionen über Lehrendenfortbildung konzentrieren sich anfangs unweigerlich auf die Defizite des Curriculums in Bezug auf die vertretenen philosophischen Werte. Die zur Verfügung stehende Zeit ließ es kaum zu, auch darüber zu diskutieren, wie die Fortbildung aussehen müsste, um den Lehrkörper bei der Umsetzung dieser Werte in die Realität zu unterstützen; ebenso wenig war es möglich, sich mit institutionellen Rahmen auseinanderzusetzen.
- Es verwunderte nicht, dass sich die Diskussion im Allgemeinen wie eine Auflistung von Mängeln ausnahm und es vorrangig darum ging, festzustellen, was alles *falsch läuft*, anstatt konkrete Vorschläge für die weitere Vorgehensweise zu machen. Während der Diskussionskontext allgemeiner Natur war und eine ganze Reihe von Erfahrungen aus sehr unterschiedlichen Situationen in Europa umfasste, ließ sich daraus gut ablesen, *wie* sich der Sektor auf die Diskussion über Pädagogik und Lehrendenfortbildung einlässt. Kurzum, der Vertrautheitsgrad in Bezug auf Bildungsrahmen und Bildungsforschung fällt sehr unterschiedlich aus.
- Die jeweiligen Berichte scheinen alle nahezulegen:
 - Beziehungen zu Wissensbeständen zu kontextualisieren und eine maßvolle Wertschätzung von Beziehungen zu Tradition und Innovation zu entwickeln
 - eher eine pluralistische Position in Bezug auf Genres zu ermitteln als einen Ansatz *ohne Genre/jenseits jeden Genres* zu verfolgen, nicht zuletzt um Bezüge zu den musikalischen und persönlichen Identitäten herzustellen
 - Für die AEC könnte es Sinn machen, die Förderung Beispiele bewährter Praxis aus der Personalentwicklung in der Jazz- und Popmusikausbildung in Erwägung zu ziehen, vor allem in Bezug auf das Lehren und Lernen/die Pädagogik. Diesbezüglich sind Mentoring- bzw. Co-Mentoring-Modelle und formale Methoden der Lehrendenfortbildung wie etwa Unterrichtsbeobachtung und triangulierte reflektierte Praxis denkbar.
 - Aus demselben Grund wäre es für die AEC sinnvoll, die Auseinandersetzung mit Bildungsforschung im Bereich Jazz und Pop zu fördern.

Ein Schlussgedanke... Die Betonung der Studierendenorientiertheit war zwar anerkennenswert, aber vielleicht etwas unausgewogen, zumal es keine Gelegenheiten gab, sich auch mit der Idee diplomierter MusikerInnen als künstlerische/soziale/pädagogische Führungskräfte mit Verantwortlichkeiten für größere soziale Gruppen oder der Frage zur Rolle älterer bzw. erfahrenerer Fachleute aus Musik und Pädagogik in Zeiten großer Veränderungen auseinanderzusetzen.

Die Unterschiede in der Ausbildung von (zukünftigen) Jazz- und PopmusikerInnen

von Giel Dekkers, *Die echte Band*

Während manche Schulen die Musikindustrie bewusst aus ihrem Ausbildungsangebot heraushielten, waren andere Institutionen der Überzeugung, dass Popmusik nicht unterrichtet werden könne, ohne dass dabei auf die eine oder andere Weise ein ständiger Bezug zur Kreativbranche hergestellt würde.

Anlässlich der AEC-„Pop & Jazz“-Plattform am Berklee Valencia hatte ich das Vergnügen, eine Barcamp-Sitzung über die Unterschiede zwischen der Pop- und Jazzausbildung zu moderieren. Bei früheren PJP-Tagungen konnte ich häufig feststellen, dass diese beiden Bereiche als ein einziger Ausbildungstyp verstanden wurden. So begann ich mich dafür zu interessieren, die Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen zahlreichen Aspekten der Pop- und Jazzausbildung zu untersuchen. Fragen in Bezug auf Struktur und Inhalt von Curricula, die erforderlichen Qualifikationen der DozentInnen und die Verbindung zwischen Musikinstitutionen mit dem beruflichen Umfeld bildeten die Grundlage für die Barcamp-Sitzung.

Die Sitzung wurde von einer bunt gemischten Gruppe von RepräsentantInnen aus den Niederlanden, Italien, Spanien, Lettland, Österreich, Belgien und Norwegen besucht. Diese Vielfalt unter den TeilnehmerInnen sorgte für ein breites Meinungsspektrum zu diesem Thema. Während sich die Diskussion zunächst um abstrakte Fragen („Wie definiert man Populär-musik?“) drehte, ging man bald zu sehr spezifischen und konkreten Themen über. Eins der Themen, zu dem die Ansichten weit auseinandergingen, betraf die Notwendigkeit der Implementierung von unternehmerischem Denken in die Curricula und das Verhältnis von Musikschulen zur Musikindustrie. Das

natürliche Spannungsfeld, das es zwischen dem Ausbildungssektor und der Industrie zu geben scheint, entpuppte sich in der Diskussion über die Popmusikausbildung als besonders relevant.

Während manche Schulen die Industrie bewusst aus ihrem Ausbildungsangebot heraushielten, waren andere Institutionen der Überzeugung, dass Popmusik nicht unterrichtet werden könne, ohne dass dabei auf die eine oder andere Weise ein ständiger Bezug zur Kreativbranche hergestellt würde. In ihrer Vorstellung sollte Popmusikausbildung per definitionem branchenorientiert sein, was den fundamentalen Unterschied zwischen der Pop- und der Jazzausbildung ausmacht.

Mehrere TeilnehmerInnen stellten diesen Standpunkt ernsthaft in Frage; im Laufe der Diskussion war man sich jedoch auch in mehreren Punkten einig. Insbesondere bei der Frage um die Kompetenzen, mit denen ein/e Studierende/r ausgerüstet sein sollte, stimmten alle TeilnehmerInnen der Tatsache zu, dass es einen Unterschied zwischen „Popkompetenzen“ und „Jazzkompetenzen“ gibt. Ein Dialog über die unterschiedlichen

Interpretationen und Definitionen der beiden Arten von Kompetenz stellte sich als wirksames Hilfsmittel bei der Diskussion um die Musikausbildung als Ganzes heraus. Indem man näher auf die gefragten Kompetenzen einging, setzte man sich unweigerlich mit der Frage auseinander, wie den Studierenden diese Kompetenzen beigebracht werden sollten, und sprach u.a. über die Rolle des/der Lehrenden, die Struktur des Curriculums und die Notwendigkeit von Cross-overs mit anderen Genres und Branchen.

Das Barcamp brachte keine klare, von allen Anwesenden geteilte Definition des Unterschiedes zwischen der Pop- und der Jazzausbildung hervor. Dennoch interessierten sich am Ende zahlreiche PJP-TeilnehmerInnen sowohl innerhalb wie außerhalb des Barcamps für dieses Thema. Die Bereitschaft, ausführlicher über dieses Thema zu diskutieren, könnte den Anstoß zu einem anregenden Diskurs für Pop- und JazzdozentInnen geben. Die „Pop & Jazz“-Plattform der AEC scheint mir der perfekte Ort für solch einen Dialog zu sein. Das Barcamp in Valencia konnte hoffentlich einen ersten Einblick in das Thema gewähren und wird Diskussionen zu diesem Thema bei zukünftigen Anlässen erleichtern.

IV. GEDANKEN UND ANSICHTEN

Vielfalt und Identitäten unter KünstlerInnen und Publikum - Interviews mit ReferentInnen und TeilnehmerInnen

von Jef Cox, AEC-Praktikant

Um die verschiedenen Vorstellungen von Vielfalt und Identitäten unter KünstlerInnen und Publikum zusammenzutragen und miteinander vergleichen zu können, wurden im Laufe der Pop- und Jazzplattform sowohl mit ReferentInnen wie TeilnehmerInnen Interviews geführt. Den InterviewpartnerInnen wurden ähnliche Fragen gestellt. Die Antworten der ReferentInnen gaben Einblick in das, was zeitgenössische KünstlerInnen als Mehrwert von Vielfalt und Grenzüberschreitungen in ihrem künstlerischen Tun verstehen. Sie hoben neue, kreative und ungewöhnliche Wege hervor, auf denen KünstlerInnen versuchen, ein breiteres Publikum zu erreichen. Die interviewten KonferenzteilnehmerInnen, die zufällig ausgewählt worden waren, wurden mit denselben Fragen konfrontiert. Ihre Kommentare und Vorstellungen gewähren Einblick in die Art und Weise, wie Musikhochschulen mit Genrediversifizierung, Identitäten und Publikumsentwicklung umgehen und wie sich dies in den Studiengängen und Kursangeboten für ihre Studierenden niederschlägt.

Der belgische Jazzsänger **David Linx** legt Zeugnis ab über die größten Fallen, die sich KünstlerInnen stellen, wenn sie versuchen, ein breiteres Publikum zu erreichen. Seiner Agentur gegenüber äußerte er sich so:

Machen Sie meine Musik dem größtmöglichen Publikum bekannt. Ich werde meine Musik allerdings nicht ändern, damit ich ein größeres Publikum erreiche. Das ist etwas... das ist ein Fass ohne Boden. Wenn man sich darauf einlässt, hat es kein Ende mehr... man verliert sich.

Neues Publikum zu erreichen, bedeutet nicht unbedingt, dass KünstlerInnen ihre Musik ändern müssen. **Scott Cohen** von der Musikvertriebsgesellschaft The Orchard betont, dass KünstlerInnen nicht etwa ihre Kunst angleichen, sondern sich vielmehr der Art und Weise anpassen müssen, wie man heute zutage Publikum erreicht; ferner müssen sie selbst aktiv nach neuen Musikvertriebswegen suchen. In dieser Hinsicht könnten MusikerInnen aus Klassik und Jazz etwas von der Popmusikbranche lernen. Scott stellt die folgenden Herausforderungen für heutige Musikstudierende und frische StudienabsolventInnen fest:

*Es ist mehr Inhalt
erschaffen worden als
jemals konsumiert
werden kann*

Auch wenn KünstlerInnen neues Publikum erreichen möchten, heißt das noch nicht, dass das Publikum erreicht werden möchte. ... Hier stellt sich also eine gewisse Herausforderung, denn man hat im Leben nicht genug Zeit, um die gesamte Kunst, die ganze Musik, die es gibt, kennenzulernen. Der Tag hat nach wie vor nur 24 Stunden. Auf Spotify stehen 30 Millionen Songs zur Verfügung. Ich kann mir nicht 30 Millionen Songs anhören. Keine Ahnung, wie viele Leben oder Jahrhunderte man dafür bräuchte. D.h. wir müssen... und übrigens möchte ich das eine oder andere auch zwei- oder dreimal anhören. Darin besteht also schon

eine Schwierigkeit, zumal so viel geschaffen worden ist, und die Menschen gar nicht genug Zeit haben, alles, was es gibt, zu konsumieren. Das ist mal die erste grundlegende Tatsache, die wir akzeptieren müssen: es ist mehr Inhalt erschaffen worden als jemals konsumiert werden kann. ... Ein Problem besteht oft darin, dass die, wie ich sie nennen würde, vollkommensten KünstlerInnen, was die Beherrschung ihres Instruments und ihre Fähigkeiten anbelangt, manchmal gerade diejenigen sind, die sich nicht auf die Art und Weise engagieren wollen, wie es ein Popkünstler tun würde. Und sie können ziemlich abweisend sein. Über Miley Cyrus und Justin Bieber können sie nur lachen und sagen, das sei eben Pop, anstatt sich zu fragen, wie man sich das, was sie machen, ansehen sollte, um etwas von ihnen zu lernen, und anstelle des Pops könnten wir versuchen etwas Bedeutendes über diesen Kanal zu verbreiten. ... Und darum geht es: Können klassische Musik und Jazz und sonstige MusikerInnen, die mehr in Richtung E-Musik gehen, Social Media und die anderen ihnen zur Verfügung stehenden Mittel auf dieselbe Weise nutzen, wie es ein Popkünstler tun würde?

Musikstudierende sollten nicht nur lernen, neue Vertriebswege zu nutzen und zu verstehen, sie sollten auch dazu ermutigt werden, selbst nach neuen Wegen zu suchen, wie sie Publikum erreichen können, sagt der holländische Komponist **Merlijn Twaalfhoven**. Junge KünstlerInnen sollten das Publikum herausfordern, anstatt sich dessen Erwartungen zu ergeben. Er erläutert, wie er sich selbst darin versucht:

Die Reise eines Zuschauers oder Zuhörers hat [heutzutage] nichts Riskantes. Er trifft seine Wahl, die genau das erfüllt, was er erwartet. Es geht also um Konsum. ... Wenn ein Musiker oder ein Künstler eine die Gesellschaft oder die Identität betreffende Frage in den Raum stellt, mit der er ein Publikum erreicht, und sie daraufhin gemeinsam auf die Reise gehen, dann geschieht für mich etwas Bedeutendes. Aber wenn ein Künstler bloß eine großartige Antwort gibt, anstatt eine Frage zu stellen, sagen die Zuschauer „Oh wie schön!“. Und vielleicht können sie sich viele Antworten anhören, aber sie können sich dadurch nicht wirklich verändern, es hilft ihnen nicht.

Was passiert also, wenn ich zu klassischer Musik hüpfе? Ich habe es ausprobiert. Und das hat die Art und Weise, wie die Leute die Musik erfahren, völlig verändert.

Um einem breiteren Publikum eine neue, herausfordernde Erfahrung zu bieten, experimentierte Merlijn Twaalfhoven auch mit unterschiedlichen Darbietungsformen, in denen er die Kontexte, in denen Musik traditioneller-weise konsumiert wird, bewusst änderte:

Ich glaube, dass jeder Stil, jedes Genre ein bestimmtes Verhalten im Publikum hervorruft. Dieses Verhalten führt dazu, dass die Erfahrung ... das Verhalten bestimmt die Erfahrung. D.h. in einem Rockkonzert hüpfе ich inmitten der Menschenmenge. In einem klassischen Konzert bin ich gewohnt zu sitzen und still zu sein. Was passiert also, wenn ich zu klassischer Musik hüpfе? Ich habe es ausprobiert. Und das hat die

Art und Weise, wie die Leute die Musik erfahren, völlig verändert. ... Deswegen glaube ich, dass wir den Kontext unbedingt verändern sollten, um den Inhalt wertschätzen zu können. ... Ich probiere, den Zuschauern die Augen zu verbinden, so dass sie nicht sehen können, was passiert. Ein experimentelles Konzert ist für sie ein sehr, sehr beeindruckendes Erlebnis, wissen Sie. Manchmal habe ich Köche und Gerüche eingesetzt, nur um eine andere Atmosphäre zu schaffen. Es geht nicht nur ums Konzert, sondern um das Gesamterlebnis. Und ich habe unterschiedliche Orte genutzt. Architektonisch interessante Orte, so dass die Leute den Raum spüren wie das, was sie erleben, und der Raumklang ist das, worauf sie sich beziehen.

Um mehr Menschen zu erreichen und zu beeinflussen, hat der palästinensische „R&B“-Sänger **Muhammad Mughrabi** seine eigene „Strategie“ entwickelt. Für ihn liegt der Schlüssel für das Erreichen neuen Publikums, das sich aufgrund seines kulturellen Hintergrunds eine bestimmte Art von Musik eher nicht anhört, im Mischen unterschiedlicher Genres, ohne dass die eigene künstlerische Identität dabei verloren geht:

Beim Anhören meiner Musik kann man einen ganz klaren kulturellen Einfluss erkennen, in den Rhythmen, in der Melodie. Das ist sehr wichtig für jeden, der ein Künstler sein möchte, egal in welcher Art von Kunst; er muss sich überlegen, und immer wieder von Neuem, was er zu dieser Form von Kunst noch hinzufügen möchte - ganz gleich was. Man muss immer versuchen, etwas Neues hinzuzufügen und seine Identität in der Mischung mit dieser Kunstform zu bewahren, und Einzigartigkeit in dem, was man macht, erreichen. Nur so kann ein Künstler meiner Meinung nach erfolgreich sein und mehr Einfluss auf Menschen nehmen. Ein Künstler ohne Identität ist für mich kein Künstler.

*Wer Künstler sein will,
egal in welcher Form
von Kunst, muss sich
überlegen, und immer
wieder von Neuem, was
er zu dieser Form von
Kunst noch hinzufügen
möchte*

Muhammad Mughrabis Musik ist ihrem Wesen nach Treffpunkt der Kulturen. Das Vermischen unterschiedlicher kultureller Traditionen fühlt sich für ihn als Künstler ganz normal an. Er erläutert, wie dies in der Praxis aussieht, und unterstreicht den Mehrwert, der mit der Grenzüberschreitung zwischen Genres und Kulturen einhergeht. Obwohl der Übermittlungscode - Hip-hop, ein westlicher Musikstil - für den Kontext, in dem er arbeitet, unüblich ist, gelingt es ihm, ein breites palästinensisches Publikum mit seinen Liedtexten zu erreichen:

In meiner Kultur aufzuwachsen, bzw. für jeden Künstler in jeglicher Kultur, bedeutet eine Kultur bzw. einen Einfluss auf das eigene Leben eine höchst persönliche Erfahrung. Für einen Künstler ist es selbstverständlich... dass sich dieser Einfluss in seiner Arbeit niederschlägt. So wie... das klingt sicher komisch, aber in Palästina bedeutet Mainstream-Musik und das ist die einzige Branche mit Erfolg, als Sänger bei einer Hochzeit aufzutreten. Klingt wirklich lustig, aber in Palästina ist das

so. Und ich mag Hochzeitsmusik, weil ich damit aufgewachsen bin, ich hab das genossen. Deswegen versuche ich, diese Melodien und Rhythmen, mit denen ich vertraut bin - und viele andere Leute sind damit vertraut - weiterzuentwickeln und daraus einen kreativen Mix mit Hip-Hop zu machen. D.h. mein Hip-Hop bleibt mit meiner Kultur und den Melodien, mit denen ich und viele andere aufgewachsen sind, verbunden. ... Als ich mit Rap angefangen habe, glaubten alle, ich würde die amerikanische Rapper-Szene nachmachen, vor allem inhaltlich. Aber als wir dann Aufnahmen herausgebracht und mit Konzertauftritten angefangen haben, war ich überrascht, wie viele ältere Menschen zu den Konzerten kamen und diese Musikform aufgrund ihres Inhalts respektierten. Und zwar weil wir am selben Ort leben und uns in einer Situation befinden, in der Protest und friedlicher Widerstand und das Eintreten für Palästina sehr, sehr wichtig sind. Und so fühlten sie sich angesprochen, denn ... Ich erzählte ihnen die Geschichte vom Flüchtling aus der Nachbarschaft, der mit allerlei konfrontiert ist ... Wir haben eben dieses Gemeinschaftsgefühl, und darüber haben sie die Form ganz vergessen und sich mit dem Inhalt verbunden gefühlt.

Der Hauptredner **Danilo Pérez** stimmt mit Muhammad Mughrabis Meinung überein und betont, wie wichtig es sei, Studierenden den Mehrwert bewusst zu machen, der mit dem Überschreiten herkömmlicher Genreabgrenzungen in ihren Darbietungen und ihrer Musik einhergehen kann:

Zu meiner Identität gehört absolut das Überschreiten von Grenzen. Die größte Befriedigung liegt für mich nicht etwa darin, mich auf die Unterschiede, sondern viel mehr auf die Gemeinsamkeiten, die wir als Menschen haben, zu konzentrieren.

Wie können Musikhochschulen ihren Studierenden also dabei behilflich sein, sich den Herausforderungen der Publikumsentwicklung zu stellen? **Susanne Mesia** von der Metropolia University of Applied Sciences in Helsinki, Finnland, betont, dass es in der Tat die Aufgabe der Institutionen sei, ihre Studierenden darauf aufmerksam zu machen, dass sie sich nach ihrem Studienabschluss selbst ein Publikum aufbauen müssen:

Ich denke, die Studierenden haben eine begrenzte Vorstellung davon, wer ihr Publikum ist

Ich denke, die Studierenden haben eine begrenzte Vorstellung davon, wer ihr Publikum ist, und unsere Aufgabe besteht darin, diesen Horizont zu erweitern und ihnen klarzumachen, dass es da draußen eine Welt gibt, die sie sich erschließen können. Und auch, dass es Darbietungsformen gibt, die sie sich heute nicht im Geringsten vorstellen können. In gewisser Hinsicht sind Studierende... ich hasse das Wort „borniert“, aber sie sind einfach unwissend und wollen auch nicht wirklich wissen. Aber wir müssen ihnen einen Schubs geben. Ich

unterrichte z.B. einige zukünftige Pädagogen, und viele meiner Studenten denken, sie werden später instrumentalen Einzelunterricht geben. Und dann sage ich ihnen: viele von Euch werden das nicht mehr als fünf Stunden pro Woche

machen. Es muss also daneben noch etwas geben, das Ihr noch finden müsst. Und dann versuchen wir also, uns die Welt zu erschließen... Als Erstes muss man sein Publikum kennen, wissen, wo es ist und wie man es erreichen kann.

Lars Ohlsson von der schwedischen Akademie für Musik und Theater in Göteborg erklärt, wie Institutionen Kurse bzw. Projekte in ihr Studienangebot integrieren können, so dass die Studierenden praktische Erfahrungen mit der Publikumsentwicklung machen können:

Sie werden sich auf den Markt der Freischaffenden begeben, und dann dürfen sie nicht denken, sie seien einfach Musiker und könnten montags in Stockholm und dienstags in Göteborg etc. auftreten... Nein, so ist das nicht. Man muss sein eigenes Publikum finden und es pflegen. Es ist daher wichtig, dass... wir bringen ihnen das im Grunde nicht bei, sondern sie lernen das sozusagen durch die Praxis. Beispielsweise sagen wir im Februar zu unseren Studenten: „Ihr werdet auf Tournee gehen!“. Wir sprechen darüber, was sie dafür brauchen. Und dann denken sie, wir würden die Konzerte organisieren und die Busse bezahlen! Nein, so ist das wirkliche Leben - wir werden Euch nicht einen Euro dazugeben!

Die interviewten TeilnehmerInnen wurden auch gefragt, was Institutionen tun können, um ihre Studierenden dazu zu ermutigen, Stilgrenzen zu überschreiten und Stile zu mischen, zumal dies ihre künstlerische Identität bereichern könnte. Nur wenige InterviewpartnerInnen fanden jedoch, dass Institutionen eine aktive Rolle in diesem Prozess übernehmen sollten. **Edward Partyka** von der Universität für Musik und Darstellende Kunst in Graz (Österreich) erläutert:

Da die Leute aus unterschiedlichen Gegenden, aus der ganzen Welt kommen, bringen sie bereits alle ihre Einflüsse mit. Wir bieten unseren Studenten die bestmöglichen Werkzeuge - d.h. Technik, Grundlagen, Traditionsbewusstsein - so dass sie über die richtigen Hilfsmittel verfügen, um sich selbst frei auszudrücken. Und sie selbst bringen die Kreativität und die Fantasie mit. Und da jeder, wie ich schon sagte, von woanders herkommt, gibt es bereits eine Fremdbestäubung. Und auch dadurch, wie Kinder und Jugendliche heutzutage aufwachsen, ist man bereits einer Vielzahl unterschiedlicher Stile und unterschiedlicher Musikarten ausgesetzt. Deswegen ist das für mich ein ganz automatischer Prozess, man braucht das nicht wirklich noch mehr zu fördern.

Jamill Sheriff vom Leeds College of Music in Leeds (Vereinigtes Königreich) ist derselben Ansicht:

Ich würde dem vielleicht noch etwas hinzufügen: es geht darum, ein Umfeld zu schaffen, in dem Studenten fühlen, dass es zu ihrem natürlichen Habitat gehört, zusammenzukommen und etwas Neues zu schaffen. Wirklich zu versuchen, Vielfalt im Curriculum zu integrieren, könnte gefährlich sein. Vielleicht nicht, vielleicht irre ich mich, aber ich glaube, dass, wenn man irgendwie einen Ort finden kann, an dem es für Studierende ganz normal ist zusammenzuarbeiten, daraus etwas wirklich Echtes entsteht.

Auch **Jaromir Honzak** von der Akademie für Darstellende Kunst in Prag (Tschechische Republik) betont, dass Institutionen einfach nur inspirieren sollten, anstatt ihre

Studierenden dazu zu drängen, unterschiedliche Stile und Gattungen in ihre Darbietung zu integrieren:

Wir versuchen also, ihnen die Informationen zu geben, die sie brauchen: all die technischen Aspekte, eine Musiksprache, das Geschichtliche, die Harmonik etc. Dies sollten allerdings nur Werkzeuge sein, mit denen sie zu sich selbst finden. Sie sollten zu sich finden, und das tun sie vielleicht, indem sie völlig andere Musik als Jazz spielen. ... Lassen wir sie zu dem werden, was sie selbst möchten, und wir können ihnen dabei nur helfen, indem wir ihnen die musikalische Basisinformation geben.

Wir versuchen also, ihnen die Informationen zu geben, die sie brauchen: all die technischen Aspekte, eine Musiksprache, das Geschichtliche, die Harmonik etc. Dies sollten allerdings nur Werkzeuge sein, mit denen sie sie selbst werden.

Live-improvisierte Musik und Publikum – eine persönliche Reflexion

von Stefan Heckel, Universität für Darstellende Kunst, Graz

Jazz und damit verwandte Stile und Gattungen haben eine besondere Eigenschaft gemein - zu unterschiedlichem Maße wird die Musik vor einem Publikum live erzeugt. Was im Voraus komponiert ist, wird in jeder Aufführung von Neuem verwandelt und verändert. Bis zu einem gewissen Grad könnte dies auf jede musikalische Darbietung zutreffen, auch auf die vollständig notierten Kompositionen. Aber die Menge an (positiv) Unvorhersehbarem und das Wandlungspotenzial hängen besonders von einer wichtigen Komponente ab: *Improvisation*.

In diesem Beitrag meine ich mit Improvisation ganz allgemein die Handlung spontaner Musikausübung, die sich, ohne dass Noten herangezogen werden, in einem interaktiven Umfeld, in dem das Zuhören (das Ohr) das Lesen (das Auge) gewissermaßen ersetzt, vollzieht. Ich werde nicht auf spezifische Gattungen wie etwa den Jazz oder die so genannte non-idiomatische (freie) Improvisation eingehen.

Wie nimmt ein Publikum solche Live-Veranstaltungen wahr? Wirkt sich die Gegenwart eines Publikums sogar auf den Verlauf einer (teilweise) improvisierten Darbietung aus und steigert somit das Gesamterlebnis für ZuhörerInnen und Darbietende? Im Folgenden ein Zitat von Derek Bailey (1930 - 2005), Gitarrist, Improvisator und Autor eines Buchs über Improvisation:

Das der Improvisation zugrunde liegende Reaktionsvermögen in Bezug auf das eigene Umfeld bedeutet für die Darbietung, dass sie direkt durch das Publikum beeinflusst wird.⁷

Der englische Komponist und Musikpädagoge Richard Orton (1940 - 2013) schreibt:

Für einen Improvisator sorgt die Unmittelbarkeit zum einen für außergewöhnlich konzentrierte Aufmerksamkeit und ermöglicht zum anderen, dass das mit dem Begriff „Bewusstseinsstrom“ assoziierte Sein in musikalischen Ausdruck geleitet wird. Ein Publikum kann als bewusster Zeuge dieses Prozesses das Gefühl, das etwas Besonderes stattfindet, steigern und verstärkte Konzentration zulassen.⁸

Kann sich ein Publikum aufgrund der tiefgreifenden Erfahrung eines solchen Erlebnisses potentiell weiterentwickeln? Richard Ortons Essay zeichnet kein allzu optimistisches Bild von der Haltung des Publikums:

Das heutige Konzertpublikum ist größtenteils konservativ eingestellt. Es will an seiner musikalischen Wahrnehmung nichts ändern, sondern möchte eine ästhetische Erfahrung, die es bereits gemacht und akzeptiert hat, wiederholen, um das, was es bereits kennt und liebt, zu bestätigen.⁹

⁷ Hier übersetzt aus: Derek Bailey: *Improvisation. Its Nature and Practice in Music*, Da Capo Press 1992

⁸ Hier übersetzt aus: Richard Orton: *From Improvisation to Composition*. In: *Companion to Contemporary Musical Thought*; Routledge 1992

⁹ Ibid.

In der improvisierten Musik bedeutet ein Konzert ohne viel vorkomponiertes und notiertes Material, in Echtzeit zu komponieren. Überraschungen sind erwünscht, allerdings besteht immer ein gewisses Risiko zu versagen. Ein Expertenpublikum erwartet von den Darbietenden, dass sie aus dem Stegreif gute Musik machen, und erfreut sich an den brillanten Stücken, wobei es auch schwächere musikalische Momente akzeptiert. Was bleibt, ist ein Gefühl von Verwandlung, das Publikum und Darbietende gemeinsam wahrnehmen. Auch wenn diese verwandelnde Wirkung in gewissem Maße auf jegliche musikalische Darbietung zutrifft, kann nur die improvisierte Musik genau dieses Gefühl noch verstärken.

Was die Publikumsentwicklung anbelangt, scheint es nicht völlig unmöglich, diese Qualitäten live improvisierter Musik zu fördern und sie an ein breiteres Publikum inner- und außerhalb der oben genannten Expertengruppen „zu verkaufen“. Improvisation, so könnte man argumentieren, ist ein wesentlicher Bestandteil jedes persönlichen Lebens. Dazu äußert sich der amerikanische Komponist und Theoretiker Frederic Rzewski wie folgt:

Da Improvisation dem wirklichen Alltag in seiner Unsicherheit und Unvorhersehbarkeit ähnelt, enthält sie den notwendigen Realismus, mit dem sich viele Leute unmittelbar identifizieren können, auch wenn ihnen die musikalische Sprache fremd ist.¹⁰

Musik - aus der Perspektive des Publikums gesehen - ist oft eine sehr persönliche Angelegenheit. Viele Leute sehnen sich nach musikalischem Ausdruck, mit dem sie sich im Laufe ihres Lebens immer wieder identifizieren können - manche als aktive oder passive ZuhörerInnen, manche als darbietende oder forschende Profis oder Amateure etc.. Manche scheinen gern bei ein und demselben Format (Stil, Gruppe, Schauplatz), das sie kennen und das ihnen für den Rest ihres Lebens passt, zu bleiben. Für andere gehört die Suche nach neuen Klängen zu ihrer Selbstverwirklichung als Mensch. Improvisierte oder zum Teil improvisierte Musik scheint aufgeschlossenes Publikum, das mit dieser musikalischen Empfindung bisher noch keine Erfahrung gemacht hat, potentiell anziehen zu können. Ein Schlüssel zum Erfolg könnte die angemessene Förderung und Werbung solcher Konzerte sein; ferner könnten eine eingehende Präsentation und Anleitung des Publikums durch die Darbietenden in diesem Sinne hilfreich sein.

Selbstverständlich wird das Ganze zu einer politischen Frage, wenn man sich den Markt, den Vertrieb und die Promotion von Musik näher betrachtet, die sich weigert, Erwartungen zu erfüllen.

Mihaly Csikszentmihaly, US-Psychologe und Autor von „FLOW: The Psychology Of Optimal Experience“, schreibt:

Improvisierte oder zum Teil improvisierte Musik scheint aufgeschlossenes Publikum, das mit dieser musikalischen Empfindung bisher noch keine Erfahrung gemacht hat, potentiell anziehen zu können.

¹⁰ Hier übersetzt aus: Frederic Rzewski: In: Audio Culture. Readings in Modern Music, Continuum 2004

*Der wichtigste Schritt bei der eigenen Emanzipation von sozialer Kontrolle ist die Fähigkeit, jedem Moment etwas Besonderes abzugewinnen. Wenn eine Person lernt, sich am ständigen Erfahrungsstrom zu erfreuen und einen Sinn darin zu erkennen, wird sie sich von der Bürde sozialer Kontrolle im Laufe des Lebens automatisch befreien. (...) Nicht das Hören, sondern das Zuhören verbessert das Leben.*¹¹

Eine große Verantwortung bei der Entwicklung neuen Publikums tragen die Lehr- und Führungskräfte in der Musikhochschulbildung, die den Bedürfnissen zukünftiger ProfimusikerInnen Rechnung tragen müssen. Darbietende aus sämtlichen Genres können vom Verständnis der Mechanismen und Effekte musikalischer Improvisation profitieren, und das wird sich auf ihr Publikum auswirken. Wenn man die gesamte Musik auf dieser Welt als „eine große Torte“ betrachtet, sollte man nicht vergessen, dass die Improvisation stets den größten Anteil natürlicher Zutaten ausmacht. *On The Edge*, ein Dokumentarfilm des britischen TV-Senders Channel 4 von 1992, gibt ein wunderschönes Zeugnis von der Improvisation in der indischen Musik, im Flamenco, auf der Kirchenorgel und in sonstigen Musikstilen ab. Ich glaube, dass durch stärkeres Engagement im Lehren und Erlernen von Improvisation in sämtlichen Genres und auf sämtlichen Ebenen, darin inbegriffen die Musikhochschulbildung, der Entwicklung neuen Publikums geholfen wäre.

¹¹ Hier übersetzt aus: Mihaly Csikszentmihaly: *Flow. The Psychology Of Optimal Experience*; Harper Perennial, New York 1990

Ruf und Antwort – welchen Beitrag könnte die Populärmusik zur aktuellen Debatte über Publikumsentwicklung leisten?

von Dr. Harald Huber, Professor für Theorie und Geschichte der Populärmusik an der Universität für Musik und Darstellende Kunst Wien

Als langjähriger PJP-Teilnehmer - ich bin seit der ersten Konferenz 2005 dabei - war ich auf das Thema der letzten Versammlung in Valencia, „Entwicklung von Vielfalt und Identitäten unter KünstlerInnen und Publikum“, besonders neugierig. Ich bedanke mich bei der Arbeitsgruppe, die mir die Gelegenheit gab, zu diesem Thema noch etwas beizusteuern.

Die aktuelle Theorie und Geschichte der Populärmusik bezieht sich einerseits auf Musikgattungen wie etwa Pop, Rock, Jazz, World, Dance, Hip-Hop etc.; andererseits konzentriert sie sich auf den Begriff „Popularität“ mit all seinen Aspekten. Sie befasst sich mit zahlreichen weltweit verbreiteten Arten musikalischen Ausdrucks jenseits von klassischer oder volkstümlicher Musik - unabhängig von der Größe des jeweiligen Publikums - und wirft Fragen auf in Bezug auf die Faktoren, die bei der Entwicklung großer regionaler oder internationaler Publikumsgruppen eine Rolle spielen.

In der Geschichte der Populärmusik finden sich etliche Beispiele dafür, wie die Wechselbeziehung zwischen Musik, Liedtexten, Persönlichkeit, Präsentation, Promotion und sozialem Kontext das Phänomen der Identifikation durch große Publikumsgruppen hat entstehen lassen. Diese Identifizierung kann sich auf ein Musikstück (einen Song, ein Dance-Track etc.), einen Interpreten/eine Interpretin (eine Stimme, ein Image etc.) oder ein Produkt (ein Album, ein Konzert, ein Film etc.) beziehen. Die Geschichte zeigt auch, dass die Beziehung zwischen Werken und Publikumsgruppen einerseits von musikalischen Faktoren wie dem „Ruf und Antwort“-Prinzip der afrikanisch-amerikanischen Musikgattungen, das in einer Öffnung der Darbietung hin zum Publikum und der Einladung an die ZuschauerInnen zum Mitmachen besteht, abhängt. Andererseits sehen wir, dass unterschiedliche Medien wie gedrucktes Notenmaterial, Aufnahmen, Musikdateien, Radios und TV-Sendungen oder Internetplattformen Zugang zu den Werken und zu Werbe- und Promotionsmöglichkeiten bieten.

Wir müssen also zwei unterschiedliche Arten von Publikum berücksichtigen: das „**unmittelbare Publikum**“, das „sich aus Individuen, d.h. den von Angesicht zu Angesicht begegneten Zielpersonen, zusammensetzt“, mit einem/einer RednerIn bzw. einem/einer Darbietenden, und das „**mittelbare Publikum**“, das „Texte oder Musikstücke... durch Fernsehen, Radio und Internet ...konsumiert..., denn diese Medien trennen...“ den/die Darbietende/n vom Publikum. Ein weiterer wichtiger Aspekt beider Publikumstypen besteht in der Art und dem Grad der „**Publikumspartizipation**“.¹²

In den unterschiedlichen „Stilgebieten“ der Musik (dieser Begriff umfasst sämtliche künstlerische und gesellschaftliche Rahmen einer Gattung) gibt es spezifische Formen der Publikumspartizipation. Z.B. besteht die Partizipation des unmittelbaren Publikums im Bereich der klassischen Musik im Sitzen, aufmerksamen Zuhören, gegebenenfalls im Lesen der Programminformation und dem Applaudieren an bestimmten Stellen während und am

¹² Hier übersetzt aus: Wikipedia, the free encyclopedia: Audience

Ende des Konzertes („Konzertritual“). Im Jazz ist Applaudieren nach improvisierten Soli und zuweilen auch das Essen, Trinken und Tanzen während des Konzertes erlaubt. In der Volks- und Weltmusik ist die gesamte Palette der Publikumspartizipation möglich: von der Teilnahme an einem folkloristischen Ritus, zu dem auch Musik gehört, bis hin zum aufmerksamen Zuhören eines Konzertes auf der Bühne. Im Bereich der elektronischen Tanzmusik (und im Hip-Hop) setzt man sich normalerweise nicht hin: das Publikum soll tanzen und sich während der Show bewegen. In der Rock- und Popmusik reicht die Einladung an das Publikum vom Klatschen, Singen und Tanzen bis hin zu extremen Formen körperlichen Einsatzes wie etwa dem „Stagediving“ [Sprung des Sängers o. Ä. von der Konzertbühne in das Publikum, Anm. der Übers.]. Und nicht zuletzt wird auch im Bereich der Schlagermusik die physische Teilnahme des Publikums auf dem Tanzparkett neben dem Trinken, Essen, Singen etc. an Tischen durchaus erwartet („Animationsritus“).

Das mittelbare Publikum wählt üblicherweise unter vielfältigen Programmangeboten aus („Einwegkommunikation“). Die neuen Technologien („der digitale Wandel“) haben allerdings unzählige Möglichkeiten der Publikumspartizipation und Interaktion eröffnet. Damit sind nicht nur die Übertragung oder das Streaming von Live-Veranstaltungen gemeint, sondern auch das Einsetzen von Aufnahmen oder Musikdateien zum Tanzen und das Nutzen sämtlicher Kommunikationsmöglichkeiten durch das Internet sowie das „Mischen“ neuer audiovisueller Werke aus bereits vorhandenem Material. Auf diese Weise hat die heutige Publikumspartizipation ein neues Niveau erreicht.

Publikumsentwicklung - gemäß der Definition des Arts Council of England:

...beschreibt die spezifischen Maßnahmen, die zur Befriedigung der Bedürfnisse des existierenden und potentiellen Publikums sowie zur Unterstützung von Kunst- [und Kulturorganisationen] unternommen werden bei der Entwicklung kontinuierlicher Publikumsbeziehungen. Darunter können Aspekte des Marketings, der Auftragsvergabe, Programmgestaltung, Bildung, Kundenbetreuung und des Vertriebs fallen.¹³

Seit dieser Ansatz in den 1970er Jahren eingeführt wurde, spielt bis heute auch der Aspekt der Inklusion eine wichtige Rolle: Publikum außerhalb des Main-streams, d.h. „neues Publikum“ bzw. „Publikum unter gesellschaftlich ausgeschlossenen Gruppen“, erreichen.

Als Reaktion auf die Statistiken, die in Europa zwischen 2007 und 2013 einen Trend „hin zu einem Rückgang kultureller Partizipation“ aufzeigen, haben das Europäische Parlament und der Rat beschlossen, „Publikumsentwicklung“ in ihr „Creative Europe“-Programm für 2014 bis 2020 aufzunehmen. Die Ziele und Strategien dieses Rechtsdokuments unterstützen - wie unter Artikel 4(b) aufgeführt - nicht nur Maßnahmen „... zum Erreichen neuen und erweiterten Publikums ... mit einem besonderen Fokus auf Kindern, Jugendlichen, Menschen mit Behinderungen und unterrepräsentierten Gruppen“, sondern legen indirekt auch das Lernen von erfolgreichen Promotions- und Geschäftsmodellen aus dem Bereich der

*Die neuen Technologien
(„der digitale Wandel“)
haben unzählige
Möglichkeiten der
Publikumspartizipation
und Interaktion eröffnet.*

¹³ Hier übersetzt aus: Wikipedia, the free encyclopedia: Audience Development

Populärmusik nahe. Solche „Crossover-Strategien“ lassen sich vor allem auf dem Gebiet der klassischen Musik (z.B. durch Präsentation von klassischen Ensembles in Clubs mit Light-Shows und visuellen Effekten, Videoclips für klassische Lieder, interaktive Computerspiele mit pädagogischen Inhalten etc.) beobachten. Solange mit solchen Strategien nicht allgemeine Geringschätzung gegenüber kulturellem Verhalten im Bereich der Populärmusik einhergeht, könnte ein solcher Austausch absolut fruchtbar sein.

Konsequenzen für die Curricula europäischer Musikstudiengänge

Die Beziehung zwischen künstlerischer Identität und den Bedürfnissen des Publikums in Bezug auf Musik und Identifikationsmöglichkeiten sollte ein wichtiges Thema im Studium von Musikhochschulstudierenden bilden.

Studierende sollten:

- Informationen zum Thema „Publikumsentwicklung“ erhalten und mit ein paar bewährten Modellen aus der Praxis vertraut sein;
- die Möglichkeit haben, ihre eigenen künstlerischen Projekte zu entwickeln und ihre öffentlichen Präsentationen (z.B. Konzerte, Clips etc.) in ihr Studienprogramm zu integrieren;
- neue Modelle ausprobieren, um mit neuem Publikum in Kontakt zu kommen, und sich geeignete Veranstaltungen ausdenken, um Erfahrungen in unterschiedlichen sozialen Umfeldern zu machen;
- Crossover-Projekte entwickeln und umsetzen, angefangen bei Pop- und Jazzinstituten, die mit anderen internen Abteilungen und Außenstellen der Institution zusammenarbeiten.

An der Universität für Musik und Darstellende Kunst Wien wurde 2014/15 ein neuer Masterstudiengang „Art & Pop“, in dessen Rahmen auch pädagogische Fähigkeiten erlangt werden sollen, ins Leben gerufen. Darin sollen alle oben genannten Vorschläge berücksichtigt werden, was eindeutig als Ergebnis der Teilnahme an AEC-Plattformversammlungen für Pop und Jazz zu bewerten ist.

Quellenangaben:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Audience>

http://en.wikipedia.org/wiki/Audience_development

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0221:0237:EN:PDF>

http://www.emc-imc.org/events/share-and-learn-audience-development/documentation/Audience_development_and_special_actions_presentation_held_by_Karel_Bartak

VoCon: eine erste offizielle Versammlung

von Maria Pia De Vito (PJP-Arbeitsgruppenmitglied), Annemarie Maas und Anders Ørsager

13.-14. Februar 2015, Berklee College of Music, Valencia, Spanien

Was ist VoCon: entstanden aus einer Initiative von Maria Pia De Vito (Conservatorio di Santa Cecilia, Rom), Anders Ørsager (Rhythmic Music Conservatory, Kopenhagen) und Annemarie Maas (Utrechts Conservatorium - HKU, Utrecht) und zum ersten Mal vorgestellt im Rahmen einer vorbereitenden Zusammenkunft in Triest (PJP-Versammlung 2014) bildet VoCon eine Plattform für Jazz/PopgesangslehrerInnen von Akademien und Musikhochschulen der AEC-Mitgliederschaft. Gegründet für den Austausch von Beispielen bewährter Praxis, Forschungsergebnissen, Diskussionsmethoden etc. versteht sich VoCon kurz gesagt als Lerngemeinschaft.

Die diesjährige Versammlung in Valencia zählte 14 TeilnehmerInnen:

- Sidsel Endresen von der Norges Musikkhøgskole in Oslo, Norwegen
- Gun-Britt Gustafsson von der Kungliga Musikhögskolan in Stockholm, Schweden
- Ingela Hellsten von der Academy of Music and Drama (HSM) in Göteborg, Schweden
- Helle Henning vom Syddansk Musikkonservatorium Odense (ODNC), Dänemark
- Sirje Medell von der University of Viljandi Culture Academy in Viljandi, Estland
- Susanna Mesia von der Metropolia University, Helsinki, Finnland
- Ken Norris von der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg, Deutschland
- Brian Zalmijn vom Codarts in Rotterdam, Niederlande
- Carla Marcotulli vom Conservatorio di Musica „Licinio Refice“ in Frosinone, Italien
- Lilian Jensen von der Universitetet i Tromsø, Norwegen
- Jenny Robson von der Sibelius Academy (Uniarts) in Helsinki, Finnland
- Anders Ørsager vom Rhythmic Music Conservatory in Kopenhagen, Dänemark
- Annemarie Maas vom Utrechts Conservatorium (HKU) in Utrecht, Niederlande
- David Linx vom Bruxelles Conservatory, Belgien

Den folgenden, nicht anwesenden Personen sei gedankt:

- Maria Pia de Vito von der Accademia Nazionale di Santa Cecilia in Rom, Italien
- Bebiane Bøje von der Jazz-Abteilung der Royal Academy of Music in Aarhus, Dänemark
- Hilde Norbakke von der University of Agder in Christiansand, Norwegen

Nach einer kurzen Einführung durch Anders Ørsager und Annemarie Maas in die Idee von „VoCon“ stellten sich die TeilnehmerInnen vor und lieferten einen raschen Überblick zu ihrem Lehrinstitut, dem Bildungssystem und ihrer eigenen Rolle in den jeweiligen Fachbereichen. Hier ein paar Beispiele:

- In der Musikhochschule in Oslo (Oslo Musikkhøgskole) kann ein/e Studierende/r zwischen einem pädagogisch und einem künstlerisch ausgerichteten Studium wählen. Sidsel arbeitet im Fachbereich Künstlerische Ausbildung, wo es sehr viel um Improvisation geht. Seit 1994 wird das Fach Improvisation sowohl von Jazz- wie von klassischen Musikstudierenden belegt. Der Fachbereich zählt etwa vier vollständige Combos.
- An der Königlichen Musikhochschule in Stockholm (Kungliga Musikhögskolan) gibt es unterschiedliche vorgegebene Fächer wie etwa SängerIn/Songwriting, Jazz, Pop, Technik. Jedes Jahr werden aus insgesamt 30-40 Studierenden zwei bis vier Gesangsstudierende zugelassen. Der Studiengang wird zwar als „Jazz“-Studiengang bezeichnet, beschränkt sich aber nicht nur darauf.
- An der Akademie für Musik und Theater in Göteborg basiert der Fachbereich, in dem Ingela Hellsten tätig ist, auf einem „Improvisationsstudiengang“. Jedes Jahr werden acht Studierende zugelassen, die hauptsächlich in Ensembles zusammenarbeiten. Außerdem gibt es einen pädagogischen Studiengang.
- Im dänischen Odense werden jährlich etwa zehn Studierende zugelassen. Die Studierenden sind jazzorientierte SängerInnen-SongschreiberInnen.
- Die Universität in Tromsø verfügt sowohl über einen Fachbereich für klassische Musik wie über einen für Pop/Jazz. In beiden befasst sich eine Dozentin mit Improvisation (Marit S. Lillian unterrichtet Improvisationstechnik). Jedes Jahr werden dafür zwei bis drei Studierende aus insgesamt zehn neuen Studierenden zugelassen.
- Am Conservatorio in Frosinone gibt es einen Fachbereich für Klassische Musik und einen für Pop/Jazz. Carla ist die Dozentin für Jazztechnik. Jedes Jahr werden etwa 5 Studierende zugelassen. Improvisation und Musikschröpfung bilden eins der Studienziele.
- In Viljandi bilden Jazz, Folk und Pädagogik die Hauptfächer. Jedes Jahr werden etwa neun Studierende zugelassen.
- An der Hochschule für Musik und Theater Hamburg nennt sich der entsprechende Fachbereich „Jazz und jazzverwandte Musik“, außerdem gibt es einen Fachbereich für klassische Musik. Für Grenzüberschreitungen zwischen diesen beiden Bereichen gibt es zahlreiche Möglichkeiten. Dieses Jahr werden fünf SängerInnen aufgenommen.
- Das RMC in Kopenhagen nimmt jährlich etwa 25 Studierende auf, darunter zwei bis vier SängerInnen. Das System gründet auf der Frage nach dem Warum anstelle des Wie (es geht eher darum zu verstehen, warum man das macht, was man macht, und nicht so sehr, wie man es macht). Der künstlerische Fokus ist breit gestreut. Die Studierenden werden MusikerInnen und nicht etwa SängerInnen, GitarristInnen etc. genannt.
- An der Sibelius Academy in Helsinki gibt es eine ausschließliche Jazz-Abteilung.
- Am Codarts sind die Fachbereiche für Jazz, Pop, Weltmusik und klassische Musik an musikalischen Querverbindungen interessiert. Künstlerische Entwicklung ist wichtig; zentrale Fragen sind „Wer bist Du?“ und „Wohin willst Du?“. Authentizität ist ein großes Ziel.
- In der „Jazz & Pop“-Abteilung der Musikhochschule in Utrecht sind Studierende

„KonzertmusikerInnen, SchöpferInnen und VermittlerInnen“. Um die „beste Version Deiner selbst“ als SängerIn zu werden, ist es wichtig, dass man über eine fundierte Ausbildung als InstrumentalistIn verfügt. Sämtliche Studierende belegen auch den Pädagogikstudiengang. Da die Musikhochschule Teil der HKU ist (Bildende Künste, Musiktechnologie, Theater, Kunst und Betriebswirtschaft), gewinnen interdisziplinäre Kurse mehr und mehr an Bedeutung.

Nachdem sich jedes Mitglied vorgestellt hatte, tauschten wir unsere Ansichten über die Themenschwerpunkte aus:

Was sofort ersichtlich wurde, war ein starkes Bedürfnis an Mitteilung und Austausch von Informationen und Beispielen bewährter Praxis sowie die aufrichtige Bereitschaft, auf einem tiefgreifenden Niveau von einander zu lernen und einen ständigen gegenseitigen Dialog aufzubauen. In den nordischen Ländern bildet das Peer-Reviewing, die Begutachtung durch Gleichgestellte, die als „kritische FreundInnen“ betrachtet werden, eine gemeinsame Grundlage. In südlichen Ländern bzw. in Ländern, in denen Jazz- und Popunterricht an Musikhochschulen noch nicht sehr lange existiert, ist dies weniger selbstverständlich. Außerdem ist das Panorama unserer musikalischen Erziehung als SängerInnen und DozentInnen sehr vielfältig: viele von uns wurden als MusikerInnen erzogen oder waren AutodidaktInnen oder sind in klassischer Musik oder als Darbietende „moderner Musik“ ausgebildet. Natürlich wurde über Vokaltechniken und ihre Unterschiede, über die verschiedenen Gesangskulturen und ihre enorme Vielfalt, aber auch über die Probleme gesprochen, die mit den Ähnlichkeiten und Unterschieden der von uns unterrichteten Musiksprachen einhergehen.

Außerdem regte das allgemeine Thema, der Unterricht von Jazz und/oder Pop, einige Überlegungen zu den Komplexitäten, mit denen wir als LehrerInnen und Institutionen konfrontiert sind, an. Es ist offensichtlich, dass unser Arbeitsbereich jetzt sehr vielfältig ist und sogar noch vielfältiger werden wird. Unsere Studierenden ziehen oder spüren zunehmend weniger Grenzen zwischen den unterschiedlichen Arten von Musik.

Wohin sollten wir uns also von hier aus bewegen? Es gibt so viel zu beachten, wenn wir unseren Studierenden ein organisches Erlernen von Musiksprachen, Improvisation und Songwriting ermöglichen wollen und ihnen andererseits dabei helfen möchten, ihre

Stimme, ihr musikalisches Können und ihre eigene Musikwelt zu entwickeln. Über die Bedeutung des Wortes „educare“ waren sich alle einig: „ex-ducere“, von innen heraus lehren; wir müssen beim Zuhören ansetzen und uns zunächst darauf konzentrieren, was im/in der Studierenden steckt, anstatt sie/ihn einfach nur mit Informationen zu füllen.

*Unsere Studierenden
ziehen oder spüren
zunehmend weniger
Grenzen zwischen den
unterschiedlichen Arten
von Musik.*

Angeichts dieser Menge an Gesprächsstoff wurde schnell klar, dass wir mehr Zeit benötigen würden, um unsere Diskussionen weiterzuentwickeln und Pläne zu machen. Wir beschlossen, das „Barcamp“ am nächsten Tag dafür zu nutzen und trafen uns also am 14. Februar in der Cantina of Palau de les Arts erneut zum Thema:

Welche Zukunft wünschen wir uns für VoCon?

Im Folgenden die Ergebnisse:

Unser Hauptziel besteht darin, uns daran zu gewöhnen, über (Vokal-) Ausbildung als Ganzes zu sprechen, und eine Lerngemeinschaft zu werden, in der sich die Bedeutung und das Verständnis einer Sache durch die Praxis erschließt. Um dies zu erreichen, müssen wir uns in größerem Rahmen treffen, vielleicht schon 2016, und einen Tag mehr für die AEC/PJP-Versammlung am Codarts in Rotterdam einplanen. Zukünftig könnten wir in kleineren Gruppen von VoCon-Mitgliedern arbeiten und uns z.B. an unseren jeweiligen Lehrinrichtungen besuchen, sollten jedoch auch ein Seminar an einer unserer Institutionen organisieren und „selbst praktizieren, was wir predigen“, indem wir unterschiedliche Arbeitsformen ausprobieren und anhand von praktischen Beispielen zeigen, wie wir unterrichten.

Wir werden bald Informationen, Beiträge (zur Methodik etc.) im Internet veröffentlichen. Bislang haben wir eine private Gruppe auf Facebook eingerichtet, wir müssen jedoch noch ein besseres „Web“-Umfeld finden. In der Zwischenzeit wird jede/r von uns mehr LehrerInnen und KollegInnen aus unseren Abteilungen zu zukünftigen Versammlungen einladen.

Im Anschluss an die Versammlung erhielten wir per Email sehr begeistertes und herzliches Feedback. Wir freuen uns auf unser nächstes Treffen!

Maria Pia De Vito, (Conservatorio di Santa Cecilia, Rom),

Annemarie Maas (Utrechts Conservatorium - HKU, Utrecht)

Anders Ørsager (Rhythmic Music Conservatory, Kopenhagen)

Die unterschiedlichen Perspektiven auf die Publikumsentwicklung

Gedanken zum Workshop „Share and Learn - Audience Development“ des EMC (Warschau, 24.-25. März 2015 - kurz nach der PJP-Versammlung)

von Sara Primiterra, AEC-Veranstaltungsmanagerin

Der Europäische Rat organisierte einen Workshop mit dem Titel „Share and Learn - Audience Development“ (Teilen und Lernen - Publikumsentwicklung), der am 24. und 25. März 2015 in Warschau in Zusammenarbeit mit dem polnischen Musikrat veranstaltet und von zahlreichen RepräsentantInnen aus dem Musikgebiet, hauptsächlich aus dem Bereich Business/Produktion, aber auch aus dem Bildungssektor besucht wurde.

Chris Denton, einer der erfahrensten Fachleute auf dem Gebiet des Kulturmarketings und -Brandings im UK, präsentierte das Thema Publikumsentwicklung aus der Sicht des Marketings und bot als Repräsentant der Musikindustrie Einblicke in seine Branche. Seiner Meinung nach müssen sich die Akteure aus der Kultur- und Kreativbranche zunächst über ihre Identität bezüglich ihres Auftrags, ihrer Vision und Wertvorstellung klar sein, bevor sie sich mit der Publikumsentwicklung befassen. Er führte die folgenden Schlüsselbegriffe auf, die beim Verfolgen einer Strategie zur Publikumsentwicklung zu beachten sind:

- ✓ Akquisition
- ✓ Erhaltung
- ✓ Häufigkeit
- ✓ Cross-over
- ✓ Vertrauen
- ✓ Engagement
- ✓ Loyalität
- ✓ Hingabe

Ferner ist er der Ansicht, dass letztendlich die künstlerischen Leiter von Kulturunternehmen und Veranstaltungsorten für die Publikumsentwicklung verantwortlich sind. Er unterstrich die Bedeutung der Datenerfassung für die Durchführung von Verhaltensanalysen des aktuellen Publikums und den Nutzen, der aus der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen bei der Datensammlung und Zielsetzung entsteht. Seiner Meinung nach lässt sich Publikum in verschiedene Segmente aufteilen und kennzeichnet sich durch unterschiedliche „Barrieren“ - deswegen müssen wir das unterschiedliche Publikum unterschiedlich ansprechen. Neues/Herkömmliches Publikum und Neue/Herkömmliche Programme können in einer publikumsentwickelnden Matrix kombiniert werden, so dass eine Strategie zur Publikumsentwicklung entsteht.



Abschließend riet Chris dazu, keine Hindernisse zu schaffen, indem man Programme mit Hinweisen wie „anspruchsvolles Programm“ (z.B. zeitgenössisches Repertoire) kennzeichnet, denn derartiges Denken schafft Barrieren, wo eigentlich nicht wirklich welche sind.

Karel Bartak, Leiter des Kulturreferats bei der Europäischen Kommission präsentierte das Thema aus der politischen Perspektive. Er zeigte Daten zur nachlassenden kulturellen Partizipation, die sich in sämtlichen Sparten außer im Film bemerkbar macht (Eurobarometer). Die Gründe hierfür lauten:

- Fehlende Bildung
- Finanzkrise (dieser Faktor wird für wichtiger gehalten als er gemeinhin dargestellt wird)
- Desinteresse/Zeitmangel

Da die Erfolgsrate bei der Bewerbung für das Kulturprogramm lediglich bei 20% liegt, rät Karel den Kulturakteuren dazu, sich lieber bei besser ausgestatteten Programmen wie etwa Erasmus+ umzusehen, um Fördermittel für Projekte zur Publikumsentwicklung zu beantragen und sich dabei die starke Verbindung zwischen Bildung und Kultur und die Bedeutung der Bildung bei der Publikumsentwicklung zu Nutze zu machen. Wie Chris Denton ist auch Karel großer Befürworter der Datenerfassung - in diesem Fall aus der Sicht europäischer Projektanträge. Für das Programm „Creative Europe“ müssen die AntragstellerInnen bereits ihre Reichweite mengenmäßig bestimmen, indem sie Zahlen und Daten liefern, um darauf aufbauend eine konkrete Strategie darzulegen.



Im weiteren Verlauf der Veranstaltung wurde ein praktisches Beispiel für Publikumsentwicklung in Form des Projektes „Ich erschaffe, also bin ich“ erläutert: ein durch das Warschauer Kulturbüro geförderter Musik-Workshop, an dem GrundschülerInnen aktiv teilnehmen. Die Kinder, die niemals zuvor an einem Musik-Workshop teilgenommen hatten, wurden vor ein Streichquartett gesetzt, das zunächst Pachelbels Kanon und daraufhin ein zeitgenössisches Stück

spielte. Daraufhin wurden sie nach ihren Eindrücken von der Musik und nach „Verbesserungsvorschlägen“ gefragt. Abschließend wurden ihnen ein paar kleine Schlagwerkinstrumente gegeben, so dass sie unter der Anleitung des Workshop-Leiters mit

den MusikerInnen interagieren und sich an der Darbietung beteiligen konnten. Der Workshop war ein großer Erfolg und zeigte, wie sich Interesse an Musik wecken und die Interaktion von GrundschülerInnen erreichen lässt, wenn sie eine Musikdarbietung in dieser Form erfahren.

Sigrun Seavarsdottir Griffiths (Island), Musikerin und Studiengangleiterin, und *Filipe Sousa* (Portugal), Musiker und Workshop-Leiter, gaben eine Präsentation zu den wesentlichen Grundsätzen und Verfahrensweisen der Guildhall School of Music and Drama in London mit anschließendem interaktiven Workshop, wodurch man das Thema der Publikumsentwicklung diesmal aus der Bildungsperspektive behandelte. Sie stellten ein sehr interessantes Programm mit dem Titel *Barbican Guildhall Creative Learning Programme* vor, das darauf abzielt, junge KünstlerInnen und Publikum jeden Alters und mit unterschiedlichem sozioökonomischem Hintergrund durch kreative und partizipative Erfahrungen mit den Künsten weiterzubilden. Durch das Creative Learning Programme konnten 2013-14 mehr als 40.000 Menschen erreicht und nachhaltige Lernbeziehungen mit weiteren 6.000 TeilnehmerInnen aufgebaut werden. Das Programm umfasst zwei Studiengänge (einen Masters in Leadership und einen Bachelor in Performance and Creative Enterprise), die beide zur Ausbildung und Entwicklung von außergewöhnlich sozial engagierten KünstlerInnen, die in der Lage sind, ein breit gefächertes Publikum zu erreichen und/oder Arbeit in einem gemeinnützigen Kontext zu leiten, beitragen sollen. Dieses Programm beruht auf der Erkenntnis, dass MusikhochschulabsolventInnen nicht darauf bauen können, dass sie später eine Vollzeitstelle haben werden, sondern sich selbst neue Beschäftigungen in unterschiedlichen Bereichen werden verschaffen müssen. Für die im Rahmen dieses Programms angebotenen Projekte und Workshops ist der Begriff „Engagement“ von zentraler Bedeutung und führt bei den Betroffenen zu einem „Erfolgsenerlebnis“.

Im Anschluss an die Präsentation folgte eine praktische Demonstration eines „Creative Learning“-Workshops, in den TeilnehmerInnen der Veranstaltung eingebunden wurden.

Die TeilnehmerInnen des Workshops hatten die Möglichkeit, das Thema Publikumsentwicklung an vier Tischen aus einer jeweils anderen Perspektive zu diskutieren:

- 1) Till Skoruppas Tisch ging das Thema aus der sozialen Perspektive an
- 2) Chris Dentons Tisch befasste sich mit dem Thema aus der Sicht des Marketings/der Industrie
- 3) Ian Smiths Tisch behandelte den politischen Blickwinkel
- 4) Filipe Sousas Tisch betrachtete das Thema vom pädagogischen Standpunkt aus

Der für die soziale Perspektive zuständige Tisch setzte sich hauptsächlich mit der Frage „Wie kann der Zugang zur Kultur verbessert werden?“ auseinander. Dieses Thema berührt Aspekte wie etwa die Programmgestaltung und die Publikumsnachfrage versus künstlerische Integrität. Es hieß, die Rolle der kulturellen Akteure bestehe darin, „Kultur nach Außen zu bringen, so dass sie leichter zu finden ist“. Es ist wichtig „eine Auswahl zu bieten“: die Leute entwickeln keine Empfänglichkeit für Musik, weil sie gar keine Wahlmöglichkeit haben.

Das International Rostrum of Composers, ein vom Internationalen Musikrat ausgerichtetes internationales KomponistInnenforum, wurde als Beispiel für eine Plattform zum Austausch und zur Verbreitung von zeitgenössischer Musik angeführt.

Eine zweite Frage lautete: „Ist der Zugang begrenzt?“. Dazu hieß es, dass ein jeweils spezifisches Publikum für bestimmte Arten von Musik ein besseres Konzept wäre.

Weitere angesprochene Punkte:

- Wir müssen mit „Bildschirmen“ (TV, Internet etc.) konkurrieren
- Ist leichter Zugang immer gut? Müssen wir in der digitalen Ära, in der sich jeder als Künstler präsentieren kann, kulturelle Inhalte filtern?
- Die unterschiedlichen Demographien der modernen Gesellschaft stellen eine Herausforderung dar

Der mit der Perspektive der Musikindustrie befasste Tisch stellte sich die Frage „Woran könnte die Publikumsentwicklung scheitern?“. Darauf wurden die folgenden Antworten gegeben:

- Keine langfristigen Pläne
- „One-time“-Publikum
- Unterbewertung dessen, was wir tun, durch höhere Führungsebenen
- Wettbewerb mit anderen kulturellen Gütern
- Finanzkrise
- Fehlende Bildung

Die TeilnehmerInnen - größtenteils KonzertveranstalterInnen und ProduktionsagentInnen - meinten, MusikerInnen müssten sich dem Publikum näher fühlen. Oft machen sich MusikerInnen überhaupt keine Gedanken über ihr Publikum; sie sind so erzogen worden, und es ist schwer, ihnen klar zu machen, wie wichtig die Beziehung zum Publikum ist. Kurzum, **die RepräsentantInnen der Branche haben das Gefühl, dass dieses Problem sehr oft von der Ausbildung der MusikerInnen herrührt.**

Abschließend wurde darauf hingewiesen, dass ein gutes „Publikum“ die in der Stadt des jeweiligen Veranstaltungsortes vorhandene Vielfalt widerspiegeln sollte.

Der Tisch, der sich mit der politischen Perspektive auseinandersetzte, erörterte die Frage „Wer ist für die Politik verantwortlich, die sich auf den Zugang/die Teilnahme des Publikums auswirkt?“.

Hierzu hieß es, die Politik belohne oft kurzfristige Ergebnisse und dabei würden die langfristigen Strategien und Ergebnisse überhaupt nicht berücksichtigt - was sich wiederum auf die Fördermittel und den Zugang zur Kultur auswirke.

Die Möglichkeit der Einbeziehung privater Investoren und der Diversifizierung der Mittelbeschaffung zur Wahrung künstlerischer Unabhängigkeit wurde als sinnvolle Vorgehensweise für die Zukunft erachtet.

*Wir sollten
Musikstudiengänge und
Diplome ändern, um
Publikumsentwicklung VON
ANFANG AN in die
Ausbildung zu integrieren*

Im Laufe dieser Diskussion kam auch die Bedeutung der Ausbildung von MusikerInnen zur Sprache. Insbesondere hieß es, **wir müssten ManagerInnen und MusikerInnen als Vorbilder für die Einbeziehung des Publikums ausbilden.**

Abschließend wurde festgestellt, dass **wir den politischen EntscheidungsträgerInnen Statistiken und Zahlen liefern müssen, um unseren Sektor verteidigen und Fördermittel fordern zu können. Es gibt keine Statistiken; wir sind die Instanzen, die sie bereitstellen müssen.**

Am Tisch zum pädagogischen Standpunkt wurde die wichtige Verbindung zwischen der Publikumsentwicklung und der spezialisierten/allgemeinen Musikerziehung hervorgehoben. Nämlich:

- **Es sollten neue Konzertformate entwickelt werden, um die Barriere zwischen Publikum und Darbietenden abzubauen**
- Das Publikum sollte „aktiv“ sein: aktives und reflektiertes Zuhören sollte gefördert werden
- Ein „Umdenken“ unter KünstlerInnen und Organisationen ist notwendig
- Neue Medien sollten in den Prozess einbezogen werden
- Wir müssen uns über die Qualitäten, die eine gelungene Darbietung ausmachen, Gedanken machen und darauf aufbauen
- In der Publikumsentwicklung geht es darum zu lernen und sich zu entwickeln, sofern **Entwicklung einen Prozess/eine Erfahrung** meint. Kreativität ist den Menschen angeboren; sie braucht nur einen Kontext, in dem sie genährt und gefördert werden kann
- Wir sollten es zu unserer Priorität machen, in Publikum, das sich ausgeschlossen fühlt, zu investieren und dieses einzubeziehen
- **Wir sollten Musikstudiengänge und Diplome ändern, um Publikumsentwicklung VON ANFANG AN, in die Ausbildung zu integrieren, indem wir das Publikum in den Mittelpunkt stellen und professionellen MusikerInnen und PädagogInnen Ausbildung in Publikumsentwicklung anbieten: MusikerInnen sollten auf ein neues und breit aufgestelltes Publikum vorbereitet sein**
- **Gemeinschaftliches Lernen und Kommunikationsvermögen sind fundamentale Voraussetzungen für heutige Kunstschaffende.**

