



Karl Ermert

## **Aktuelle Tendenzen der Kunstvermittlung – Wie kann kulturelle Bildung im Museum davon profitieren?**

Vortrag in der Tagung „Das Museum als Laboratorium kultureller Bildung“ der Konferenz Nationaler Kultureinrichtungen, 25. Januar 2008, Deutsches Hygiene-Museum Dresden

### **Inhalt<sup>1</sup>**

1. Perspektive	1
2. Thema Kunstvermittlung	2
3. Explorationen in der Kunstvermittlung	4
3.1 Theater	4
3.2 Musik	6
3.3 Bildende Kunst	9
4. Und was hat das mit Museum zu tun? Blick zurück	11
4.1 Theater	12
4.2 Musik	12
4.3 Bildende Kunst	13

„Geduld, die Vergangenheit hat noch Zukunft,“ hat G. E. Lessing gesagt, und weil ich aus der Lessingstadt Wolfenbüttel komme, hat das Wort für mich natürlich Gewicht. Mal sehen, ob wir das Wort unseres säkularen Stadtheiligen am Ende meines Vortrages noch so tröstlich stehen lassen können.

### **1. Perspektive**

Ich wurde hier eingeladen, um die Perspektive dessen einzubringen, der ein Institut leitet, das Fortbildung sich ausdenkt, anbietet und durchführt für Menschen, die in künstlerischen und kulturvermittelnden Tätigkeitsfeldern arbeiten und der deshalb qua Amt wissen muss, was sich abspielt in den verschiedenen Welten des Kulturbetriebes als Kulturvermittlungsbetrieb.

---

<sup>1</sup> Diese Publikationsfassung ist gegenüber der Vortragsfassung des Textes um einige Nachweise und Anmerkungen ergänzt.

Sie wissen natürlich, dass ein solcher Anspruch kaum wirklich zu erfüllen ist. Die Welten der Künste und ihrer Vermittlung sind zu umfangreich und vielfältig, als dass ein Mensch alleine wirklich von sich behaupten könnte, er habe den gültigen Überblick. Ich werde mich daher auf einige wenige beobachtete Phänomene konzentrieren, von denen ich aber den Eindruck habe, dass sie exemplarischen Rang haben.

Sehen wir mal, wie weit wir kommen: „Was man sich nicht erfliegen kann, muss man sich erhinken“ hat Christian Dietrich Grabbe einmal gesagt. Ich lade Sie ein, mich beim Hinken zu begleiten, und gehe aber davon aus, dass wir, wenn schon nicht zum Fliegen, so doch wenigstens noch ins Laufen kommen.

Die Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel ([www.bundesakademie.de](http://www.bundesakademie.de)) als Weiterbildungsinstitution hat im Kern fünf Programmberiche: Vier Programmberiche beziehen sich auf künstlerische Sparten des Kulturbetriebes: Bildende Kunst, Literatur, Musik, Theater. In all diesen Bereichen geht es – sehr praxisorientiert – um drei Themendimensionen: um die eigene künstlerische Weiterentwicklung, um Vermittlungskompetenz und um Managementfragen institutioneller und individueller Art, die im Kulturbetrieb auftreten.

Zu den vier kunstspartenorientierten Programmberichen kommt mit „Museum“ ein Programmberich, der sich auf einen spezifischen *institutionellen* Kontext des Kulturbetriebs bezieht. Der Schwerpunkt unseres Programms in diesem Bereich bezieht sich - dem Auftrag der Akademie entsprechend - auf die kulturelle Vermittlungsfunktion, also die gesellschaftsbezogene Kommunikations- und Bildungsfunktion von Museen, also bei der Funktion von Museen, die in der Öffentlichkeit am ehesten und, wie Sie es als Museumsfachleute vermutlich mit nur mäßiger Begeisterung sehen, von den meisten Zeitgenossen wohl als einzige wahrgenommen wird, obwohl sie ja - jedenfalls prinzipiell - neben Sammeln, Bewahren und Forschen nur eine der Funktionen von Museen ist. Museum ist, jedenfalls dann, wenn es sich um ein „richtiges“ Museum handelt, in Teilen immer auch Wissenschaftsbetrieb und nicht nur Kulturbetrieb.

Und beim „Vermitteln“ haben wir immer auch noch zwei Ebenen oder Dimensionen, die eine ist die Ausstellungstätigkeit als solche, die zweite mit der Museumspädagogik quasi die Vermittlung der Vermittlung. Wobei der naive Mensch erst einmal denkt, dass eine Vermittlung, die eine Vermittlung braucht, wohl vielleicht nicht genügend durchdacht ist ... Nun, so einfach ist es natürlich nicht. Aber immerhin sind wir damit bei dem Thema kulturelle Bildung im Museum und durch das Museum und nicht nur dort.

## 2. Thema Kunstvermittlung

Mein Thema lautet „**Aktuelle Tendenzen der Kunstvermittlung – Wie kann kulturelle Bildung im Museum davon profitieren?**“

Zunächst habe ich mir die Frage gestellt, was man unter Kunstvermittlung in unserem Zusammenhang zu verstehen habe. Letztlich geht es um die Frage: Wozu das alles? Es ist die Frage, die mich umtreibt, seit ich mich professionell mit kultureller Bildung auseinandersetze.

Anne Bamford hat in ihrer weltweiten Übersicht über die Rolle der Künste in Bildung und Erziehung unter dem schönen Titel „The Wow Factor“ zwei Zugänge zur „Arts Education“

unterschieden, die das generelle Ziel hat, das kulturelle Erbe einer Gesellschaft an die nächsten Generationen weiter zu geben: „Education *in art*“, was alle Spielarten der herkömmlichen Kunsterziehung umfasst mit dem Ziel, dass Menschen gebildet und auch kritisch am Kulturbetrieb teilhaben können, und „Education *through art*“.<sup>2</sup> In Deutschland gibt es eine ähnliche Formulierung: „Bilden mit Kunst“.<sup>3</sup> Damit ist die Behauptung impliziert, dass Kunstvermittlung die Menschen auch in die Lage versetzen können soll, sich im Medium der Künste mit Welt auseinander zu setzen und dafür auch sozusagen Welt in die Kunstvermittlung hineinnehmen muss. Und ich denke, das muss der Anspruch sein: **Kunstvermittlung als Bilden mit Kunst bzw. durch Kunst.**

Und das ist überhaupt nicht trivial. Gerne warnen Künstler und ihre Verbandsvertreter vor der „**Verwertungsfalle**“. Damit ist der (richtig beobachtete) Sachverhalt gemeint, dass zwar kulturelle Bildung in allen politischen Äußerungen im höchsten Maße hochgeschätzt wird, aber oft nicht in ihrem Wert „an sich“, nämlich als Kompetenz zur Teilhabe an den Künsten, sondern in ihren quasi indirekten Werten, also für Schlüsselkompetenzen, die einen allgemeinen gesellschaftlichen und möglicherweise auch ökonomischen Nutzen haben, wie Ausdrucks- und Kommunikationsfähigkeit, Kooperationsfähigkeit und Kreativität. Die Künste möchten aber um ihrer selbst willen geliebt werden. Nun ist das zwar auch richtig. Und eine schlichte Verzweckung der Künste kann vor dem Hintergrund ihrer grundsätzlichen und im Laufe der Geschichte mühsam errungenen Autonomie gegenüber kunstfremden Zwecken auch nicht Sinn der Sache sein. Aber Künste, Kulturarbeit und kulturelle Bildung, die systematisch von ihren Wirkungen auf Menschen und damit auf die Gesellschaft im Ganzen absähen, wären eine ebenso absurde Vorstellung.

„Wo liegen die Zukunftsaufgaben und Herausforderungen ästhetisch kultureller Bildung?“

- Herstellung gesellschaftlicher Partizipationsfähigkeit
- Integration unterschiedlicher Kulturgruppen in unserer Gesellschaft (durch Verstehen und Kommunikation)
- Kommunikation zwischen den Generationen
- Behaupten und Ausbau der vorhandenen Bildungsstrukturen (Schule, außerschulische kulturelle Bildungsanbieter)
- Verstärkung kultureller Bildung in der vorschulischen Elementarerziehung
- Bildungskonzeptionen für Kultureinrichtungen
- Synergiebildung zwischen den vorhandenen Bildungs- und Kulturstrukturen
- Zusammenführen der beteiligten politischen und administrativen Strukturen (Kultur, Bildung, Soziales (Jugend, Senioren))“<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Anne Bamford: The Wow Factor. Global research compendium on the impact of the arts in education. München/Berlin 2006. S. 21.

<sup>3</sup> Vgl. z. B.: Bilden mit Kunst. Hg. v. Landesverband der Kunstschenulen Niedersachsen e. V. Bielefeld 2004

<sup>4</sup> Diese Aufgabenaufstellung wurde nicht vorgetragen, hier aber aufgenommen, weil sie den Bezugsrahmen dessen wenigstens andeutet, was die gesellschaftliche Bedeutung kultureller Bildung ausmacht – und welche Aufgaben sich daraus derzeit ergeben. Vgl. zur näheren Erläuterung: Karl Ermert: Orte lebenslanger Bildung in der Kulturgesellschaft. Zur Zukunft kultureller Bildung. Vortrag im Rahmen der Tagung „Die Kulturgesellschaft ... und die Zukunft der Bibliotheken“ der ekz.bibliotheksservice GmbH, Reutlingen, am 31. Mai 2007. Veröffentlicht in der betreffenden Tagungsdokumentation auf der Webseite des Veranstalters: <http://www.ekz.de/index.php?id=817> (Zugriff am 27.01.08.)

Ich habe mich – nicht zuletzt mithilfe meiner ProgrammleiterInnen – umgesehen in den Provinzen des Kulturbetriebes. Natürlich gibt es jede Menge sehr pfiffige Beispiele für innovative Formen der Kunstvermittlung, in der Bildenden Kunst, dem Theater, der Musik, auch in der Literatur. Ob daraus jeweils wirklich Tendenzen abzulesen sind, wage ich nicht mit letzter Sicherheit zu sagen. Außerdem habe ich den Eindruck, dass alles das, was man in den anderen Bereichen des Kulturbetriebes an spannenden Ansätzen im Bereich Vermittlung wahrnehmen kann, sich auch in Museen findet. Und außerdem, das werden Sie eigentlich auch wissen, ist die Vermittlungsfunktion im Museum institutionell mindestens quantitativ auch schon sehr viel stärker etabliert als im sonstigen „Künstebetrieb“.

Aber vielleicht können diese Explorationen doch einige Anregungsqualität auch für den Museumsbetrieb entfalten – und sei es, indem das, was im Bereich Museum im Bereich Vermittlung ständig gefunden und erfunden, entwickelt wird, besser oder anders auf das System Museum insgesamt bezogen wahrgenommen wird.

### **3. Explorationen in der Kunstvermittlung**

Ich beginne mit

#### **3.1 Theater**

und spreche hier zunächst vom sog. institutionalisierten Theater, also den Staats-, Stadt- und Landestheatern. Nahezu flächendeckend wurden hier in den letzten Jahren theaterpädagogische Abteilungen eingerichtet. Um eine Größenordnung anzudeuten: an den rund 120 Theatern sind z. Zt. geschätzte 200 Theaterpädagogen beschäftigt. Auch an den Musik- und Tanztheatern gibt es ähnliche Entwicklungen. Und während im Bereich des künstlerischen Personals die andauernde Krise der öffentlichen Finanzierung des Theatersystems sich durchaus auch durch Stellenabbau bemerkbar macht, ist das im Bereich der Theaterpädagogik nicht der Fall.

Interessant ist, dass gerade bei den Musik- und Tanztheatern neuerdings der Begriff „Education“ eingesetzt wird, wenn es um Vermittlungsarbeit geht, vermutlich eine Reaktion auf das „Education“-Programm der Berliner Philharmoniker, das mit dem Projekt „Rhythm is it“ Furore gemacht hat. Education klingt natürlich auch frischer als „Erziehung“ oder „Bildung“ oder „Pädagogik“ ... Im Hintergrund spüren wir immer noch die Unterscheidung zwischen dem Eigentlichen, nämlich der künstlerischen Arbeit, und dem Uneigentlichen, nämlich, sie über die Aufführung hinaus zu „vermitteln“. Vielleicht auch die Unterscheidung zwischen „eigentlichen“ und „uneigentlichen“ Zuschauern?

Nun haben wir hier die quasi klassische theaterpädagogische Arbeit, wo insbesondere in der Zusammenarbeit mit Schulen jüngere Menschen durch - teils spielerische - Vor- und Nachbereitung von Aufführungen, Diskussionen mit Schauspielern oder Regisseuren oder Dramaturgen, durch Führungen durch Theater, wo man auch den Apparat vor, hinter, neben und über der Bühne kennen lernt, an Idee und Wirklichkeit des Theaters herangeführt werden. Dazu gehören auch eigene, spielerische Inszenierungen mit jungen Besuchern.

Man könnte – hier ist in gewisser Weise ein Übergang dazu gegeben – eine andere, mächtige Tendenz des gegenwärtigen Theaters in unsere Fragestellung einbeziehen: Ich meine die Tendenz, die Wirklichkeit ins Theater zu bringen und das Theater in die Wirklichkeit zu bringen.

Bei der Kulturstiftung des Bundes ist ein Fonds „Heimspiel“ eingerichtet worden. Er soll bei Stadt- und Staatstheatern Theaterprojekte fördern,

„die sich mit der urbanen und sozialen Realität der Stadt auseinandersetzen und ein neues Publikum für das (Stadt-)Theater gewinnen wollen. Das Theater kann für das Selbstverständnis einer Stadt eine zentrale Rolle spielen. Es ist ein öffentlicher Ort, an dem sich Menschen versammeln, an dem sie sich mit sich selbst und der Gesellschaft auseinandersetzen. Dennoch müssen alle öffentlichen Theater um die Akzeptanz des Publikums und nicht zuletzt um ihre finanzielle Ausstattung kämpfen. Was bedeutet es heute, Theater für eine Stadt zu machen? Wie kann das Theater zu einem Ort werden, der sich den drängenden Problemen der Gegenwart stellt? Wie kann es ein neues Publikum gewinnen und gleichzeitig seinem Stammpublikum ungewohnte Sichtweisen präsentieren?“

Die Kulturstiftung des Bundes will Intendanten und Festivalmacher, Dramaturgen und Regisseure, Bühnenbildner und Musiker dazu anregen, die Impulse der Stadt aufzunehmen, für die sie Theater machen. Sie sollen hinausgehen, in ihnen bislang unbekannte Viertel vorstoßen und die Biographien und Alltagsgeschichten der Bewohner kennen lernen. Nur so können sie neue Foren schaffen für einen echten Austausch zwischen dem Theater und den Menschen in der Stadt - zwischen Kunst und Realität.“<sup>5</sup>.

Die Themenrubrik der Bundeskulturstiftung, unter der dieses Förderprojekt zu finden ist, heißt übrigens „Kunst der Vermittlung“ ...

Der Förderzeitraum ist 2006 bis 2008. Inzwischen sind schon zahlreiche Vorhaben damit initiiert worden, die Namen tragen wie „Tacheles“ (Staatstheater Hannover), „Illegal – das unsichtbare Leben“ (Kammerspiele München), „Schicht C – eine Stadt und die Energie“ (Theater Vorpommern) oder „Opferpopp“ (Thalia Theater Halle).

Freilich – dies nur als etwas ketzerische Anmerkung – ist es ja bezeichnend für die real existierende Wirklichkeit jenseits solcher Tendenzen, dass es offenbar einer speziellen Förderung, also der Arbeit mit dem goldenen Zügel, bedarf, damit sich tatsächlich was bewegt über die von Fall zu Fall vorhandenen individuellen Vorlieben von Intendanten, Regisseuren und Dramaturgen hinaus.

---

<sup>5</sup> Zu finden unter [www.kulturstiftung-des-Bundes.de](http://www.kulturstiftung-des-Bundes.de) unter bei den Förderungen und Themen unter dem Stichwort „Heimspiel“. Oder direkt: <http://www.kulturstiftung-des-bundes.de/main.jsp?articleID=1056&applicationID=203&languageID=1> (Stand: 17.01.08)

Die Fördergrundsätze sagen u. a.: „Gegenstand der Förderung können Anträge zur Förderung künstlerischer bzw. kultureller Projekte sein, die durch ein Theater oder zumindest unter maßgeblicher Beteiligung eines Theaters konzipiert und durchgeführt werden. Die Projekte sollten Modellcharakter im Sinne des Ziels des Fonds haben. Eine pädagogische Begleitung des Projekts sowie die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen oder Initiativen in der Stadt soll die nachhaltige Wirkung des Projekts gewährleisten und ist deswegen als Teil des Konzepts vorzusehen.“

Stilbildend wird das Wirklichkeitsprinzip vorangetrieben von der deutsch-schweizerischen Theatergruppe „**Rimini-Protokoll**“.<sup>6</sup>

„Markenzeichen ihrer Theater- und Radioprojekte ist die Arbeit mit sogenannten „Experten aus der Wirklichkeit“ oder „Spezialisten“, also Theater-Laien, die jedoch nicht als Laien sondern als Darsteller ihrer selbst auftreten und von den Künstlern als Experten oder auch Ready-made-Darsteller bezeichnet werden. Diese spielen keinen Dramen-Text, sondern sich selbst in Theateraufführungen, Radiostücken und Filmprojekten, deren Text und Verlauf auf Basis ihrer Biografien und Berufe erarbeitet wird. [...]“<sup>7</sup>

Neben diesen speziellen, dokumentarischen Spielarten des Sprechtheaters realisieren Rimini Protokoll ortsspezifische Projekte, bei denen das Theater weniger an seinen angestammten Orten erzeugt als andernorts vorgefunden wird: Im öffentlichen Raum, und an Orten, die spezielleren, para-theatralen Regeln unterliegen wie Strafgericht ("Ortstermin", 2004) oder Stadtverwaltung ("Cameriga", 2005).“

Mit Rimini-Protokoll haben wir auch den anderen Teil des professionellen Theaterbetriebs angesprochen, nämlich das sog. Freie Theater, also Theatergruppen, die zwar professionell arbeiten, mit dieser Arbeit auch ihren Lebensunterhalt verdienen, die aber unabhängig von festen Häusern und auch ohne kontinuierliche institutionelle öffentliche Förderung arbeiten.

Hier finden sich immer mehr theatrale Formen, die das Publikum einbeziehen. Dafür steht u. a. das Theaterfestival „**Impulse**“ des Kultursekretariats NRW unter der Intendanz von Matthias von Hartz und Tom Stromberg (übrigens auch gefördert neben der Kunststiftung NRW von der Kulturstiftung des Bundes).

Der nächste Blick gilt dem Bereich

### 3.2 Musik

Hier blicken wir heute nur auf das weite Gebiet der Klassischen Musik oder auch E-Musik und ihrer meist öffentlich geförderten Aufführungs- und damit Vermittlungspraxis der Symphonie- und Kammerorchester, Musiktheater und Freien Ensembles. Sie prägen mit ihren Aufführungen einen wesentlichen Teil des Musiklebens in Deutschland. *Alte Musik* ist das, was die Konzert- und Opernhäuser beherrscht, museale Musik sozusagen, kulturelles Erbe, ob das nun 50 Jahre alt ist oder 500. Dies gelte es zu bewahren und weiterzugeben ist die Setzung, die zumindest den öffentlich geförderten Musikbetrieb beherrscht. Und der Musikbetrieb beherrscht seinerseits wiederum die öffentliche Kulturförderung finanziell. Denn Orchester sind eben teuer.

---

<sup>6</sup> Rimini Protokoll ist der Name, unter dem die Künstler Helgard Haug (\* 1969), Stefan Kaegi (\* 1972) und Daniel Wetzel (\*1969) ihre Theater-, Performance- und Hörspiel-Projekte ankündigen und verwirklichen, Vgl zum Folgenden: [http://de.wikipedia.org/wiki/Rimini\\_Protokoll](http://de.wikipedia.org/wiki/Rimini_Protokoll). (Zugriff: 17.01.08)

<sup>7</sup> In Abgrenzung vom Laientheater oder Amateurtheater entstanden so seit 2000 eine Reihe von Inszenierungen, u.a. auch an großen Schauspielhäusern. So entstand ein Gegenentwurf zum herkömmlichen Berufstheater an dessen angestammten Spielstätten, mit dem Rimini Protokoll u.a. auch zum Berliner Theatertreffen eingeladen wurden. Seit 2005 geraten auch dramatische Stoffe ins Visier der Gruppe, besonders bei der "dokumentarischen Inszenierung" von Schillers Wallenstein (Schiller), bei der Menschen auftreten, deren Leben Parallelen zu Personen und Motiven der dramatischen Vorlage aufweisen, und bei "Uraufführung: Der Besuch der alten Dame" nach Friedrich Dürrenmatt, einem Exkurs über das Erinnern, in dem Menschen am Originalschauplatz der Uraufführung von Dürrenmatts Welterfolg sich 50 Jahre später an die Aufführung und das Stück erinnern und dabei über weite Strecken beinahe spielen.

Gleichzeitig leidet der traditionelle Musikbetrieb unter Überalterung bzw. „Unterjüngung“ und **Besucherschwund**. Fanden – nach der Statistik des Deutschen Musikrates – in der Spielzeit 1995/6 in öffentlichen Musiktheatern noch gut 15 Mio. Besuche statt, waren es 10 Jahre später, also 2005/6 nur noch knapp 13 Mio. Besuche.<sup>8</sup> Den relativ größten Schwund unter den Genres hatten übrigens Operette und Musical.

Auch im Musikbetrieb muss man sich Gedanken über neue Formen der Vermittlung machen – und tut es auch. Die Einsicht beginnt sich Bahn zu brechen, dass **der Besuchernachwuchs nicht Naturgesetzen folgt, sondern ein soziales Phänomen ist**, das von vielen Faktoren gesteuert wird, angefangen bei den Einstellungen in den Familien, über den Stellenwert, den kulturelle Bildung in der Schule hat, den demografischen Wandel mit seinen quantitativen und qualitativen Aspekten und nicht endend bei der Tatsache, dass es zwar nur wenige Menschen gibt, die kein irgendwie positiv geartetes Verhältnis zu Musik als solcher haben, dass aber die Klientel des „E-Musikbetriebes“ nicht mehr selbstverständlich nachwächst wie in früheren Zeiten. Nein, hier wie in vielen anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens und Wissens hat nicht nur ein **Traditionsabriss** im Wissen und Können stattgefunden, sondern vor allem in den Einstellungen zu dem, was kulturell richtig und wichtig ist, was sich sozusagen für jemanden „gehört“, der „dazugehören“ will.

Viele Institutionen des Musikbetriebes haben erkannt, dass sie sich selbst um die Entwicklung ihres Publikums kümmern müssen, das nicht mehr selbstverständlich nachwächst. Das Zauberbwort dafür heißt „**audience development**“. Aber wie?

Noch überhaupt nicht quasi flächendeckend wie beim Theater, aber immerhin zunehmend werden sog. **Konzertpädagogen** verpflichtet (entweder fest angestellt oder im freiberuflichen Auftragsverhältnis), die z. B. Einführungen für Kinder und Jugendliche, aber auch zunehmend für Erwachsene zu Konzerten oder Opernaufführungen anbieten. Manchmal wird diese Rolle auch von den Musikdramaturgen übernommen, die ansonsten die Kommunikation zwischen Ensemble und Öffentlichkeit unterstützen, indem sie z. B. die Programmhefte schreiben.

Oft genug spielen sie freilich eine ganz untergeordnete Rolle. Der GMD setzt nach seinen eigenen Kriterien das Konzertprogramm der Saison fest. Der Konzertpädagoge macht sich dann seine Gedanken, was man unter Vermittlungsaspekten daraus machen kann, z. B. ein Kinderkonzert basteln, das man ja haben will und kulturpolitisch vielleicht auch vorzeigen muss, wenn man – wie in Niedersachsen – eine entsprechende Zielvereinbarung mit dem fördernden Land hat. Aber manchmal ist der Fortschritt schon ein wenig weiter gediehen, und Kinderkonzerte sind nicht nur Abfallprodukte des Konzertprogramms.

---

<sup>8</sup> Nach der Statistik des Deutschen Musikrats, veröffentlicht auf der Webseite des Deutschen Musikinformati onszentrums. vgl. <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik21.pdf> (Zugriff: 18.01.08)

Allerdings ist die Lage bei näherem Hinsehen ziemlich differenziert. In 1995/6 führten die sog. Kulturorchester (Konzertorchester und Theaterorchester) 7.220 Konzerte durch, die 3.549.817 Besucher fanden. (Vgl. <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik20.pdf> (Zugriff: 18.01.08).) Das sind 492 Besucher pro Konzert. In 2005/6 fanden 8.428 Konzerte statt, die von 3.774.301 Personen besucht wurden. Das sind 448 Besucher pro Konzert. Das heißt: Pro Konzert sind in 2005/6 rund 9% Besucher weniger gekommen als in 1995/6. Aber die Konzertdichte hat signifikant zugenommen (um 17%) und auch die Zahl der erreichten Besucher ist noch gestiegen (um 6%), allerdings eben nicht maßstäblich.

Es gibt neue **Konzertformate**, nicht nur die zunehmend beliebten Freiluftaufführungen von Opern mit Eventcharakter (die ein Riesenpublikum auch über die üblichen Besucher hinaus ziehen), sondern auch eigene Reihen mit Themenkonzerten, moderierten Konzerten, Kinderkonzerten, Familienkonzerten, Konzerten an ungewöhnlichen Orten (dies häufiger allerdings von freien Ensembles).

**Musiker gehen in Schulen**, stellen ihre Instrumente, ihr Ensemble und ihre Musik vor. Dafür gibt es Fortbildungen, v. a. an der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel (unter dem Titel „Orchester im Klassenzimmer“). Denn so etwas hat die BerufsmusikerIn normalerweise ja nicht gelernt. Z. B. haben Mitglieder aller 5 niedersächsischen Berufsorchester schon durch die BA Wolfenbüttel solche Kurse absolviert, z. T. in Wolfenbüttel, z. T. als In-House-Fortbildungen. Interessant ist dabei, dass die Initiativen dazu durchaus nicht selbstverständlich von den Intendanten oder musikalischen Leitern ausgingen, sondern vom Orchestervorstand, also den Musikern selbst.

Auch hieran sehen wir, dass Vermittlung im Musikbereich durchaus nicht selbstverständlich Chefsache ist und durchaus auch in der kulturpolitischen Wertigkeit noch nicht durchgängig praktische Priorität besitzt.

Die Haltung eines Simon Rattle, der, wie man hörte, ein „Education“-Programm bei den Berliner Philharmonikern zur Voraussetzung seiner Zusage in Berlin machte, ist zwar durchaus nicht einzigartig, aber leider überhaupt nicht selbstverständlich. Er hat ja dann mit Projekten wie dem berühmten „Rhythm is it“ (2003) Furore gemacht, wo unter Leitung des britischen Choreographen und Tanzlehrers Royston Maldoom mit 250 Berliner Jugendlichen Strawinkys Sacre du Printemps erarbeitet und aufgeführt wurde. „Rhythm is it“ ist übrigens überhaupt keine Ausnahme geblieben, sondern seit Rattle Chef der Philharmoniker ist, engagieren sich die Musiker oder das gesamte Orchester pro Saison jeweils in rund einem Dutzend Projekten ähnlicher, wenn auch nicht immer so spektakulärer Art. (Royston Maldoom hält übrigens seit 2006 in Deutschland immer in Wolfenbüttel einen Kurs ab, wo er seine Art lehrt, mit Laien professionell tänzerisch und choreografisch zu arbeiten.)

Das Interessante daran ist, dass die Musiker sehr bald gemerkt haben, dass sie damit nicht nur anderen etwas Gutes tun, sondern auch sich selbst. Sie bekommen auch für ihre eigene künstlerische Arbeit neue Impulse, neue Motivation, neue Inspiration. Sie merken, dass es zwischen Bildungsarbeit und künstlerischer Arbeit im engeren Sinne keinen Gegensatz geben muss.

Diese Art von Engagement ist unter den deutschen Berufsorchestern nicht so selten, wie man vielleicht meinen möchte, aber durchaus noch nicht die Regel.<sup>9</sup>

Kultur- und bildungspolitisch bezeichnend ist überdies, dass sich am Elend der musikalisch-kulturell bildnerischen Grundversorgung, sprich dem schulischen Musikunterricht, leider überhaupt noch nichts geändert hat. ---

---

<sup>9</sup> Kulturpolitisch bezeichnend ist übrigens, dass kurz darauf die öffentliche Förderung eines anderen Berliner Traditionsoorchesters, der **Berliner Symphoniker**, deren Arbeit vor allem durch Arbeit mit und für Kinder und Jugendliche gekennzeichnet war, eingestellt wurde. Inzwischen arbeitet das Orchester auf rein privatwirtschaftlicher Basis und ernährt sich durch Konzertreihen, nicht zuletzt Konzerttouren v. a. im Ausland, und betreibt auch eine eigene Musikschule, das Musikforum Berlin.

Unglaublich viele interessante Dinge spielen sich natürlich auch in und mit zeitgenössischen Populärmusik als Medium und Gegenstand musicalischer Bildung ab. Darauf gehe ich jetzt mit Blick auf die Zeit nicht wirklich ein.

Nur ein Beispiel will ich nennen: **sCOOL HITS**. In NRW erarbeiten Markus Brachtendorf und Torsten Neubert in Schulen, auch in Hauptschulen, auch mit behinderten Schülerinnen und Schülern, in jeweils 12 Monate dauernden Projekten eigene HipHop-, Rap- und Soul-Stücke, die am Ende nicht nur unter professionellen Umständen aufgeführt, sondern auch mit professioneller Qualität – und in eigener Arbeit der Schüler – auf eine CD aufgenommen werden. Die Arbeit geschieht in Zusammenarbeit von Musikschulen und Schulen. Der Kölner Stadt-Anzeiger titelte über seinen Bericht von der neuesten, umjubelten Aufführung in Leverkusen im Dezember 2007 „Wer an sich glaubt, der singt“ (Kölner Stadt-Anzeiger, 14.12.07)

Sehen wir als letztes einmal nach im Bereich

### 3.3 Bildende Kunst

Ich zitiere aus einem unveröffentlichten aktuellen Papier der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kunstvereine:

„Über 250 Kunstvereine in Deutschland bilden im internationalen Vergleich ein einmaliges Ausstellungsnetzwerk für zeitgenössische Kunst. Im Gegensatz zu den Museen für Gegenwartskunst befinden sie sich sowohl in Groß- und Kleinstädten als auch im ländlichen Raum. Aus ihrer Tradition und ihrem Selbstverständnis als Mitgliedervereine sind sie per se öffentliche Orte, an denen sich verschiedenste Gruppen und Einzelpersonen begegnen, um ihre Erwartungen zu artikulieren und ihre Interessen zu verhandeln.“

Aufgrund ihrer flexiblen Strukturen können Kunstvereine unmittelbar auf zeitgenössische Entwicklungen in Gesellschaft und/oder Stadt und Region reagieren. Dabei nutzen sie auf vielen Ebenen ihre Mittlerfunktion für eine programmatische Durchlässigkeit von Kunst und Stadt.

Kunstvereine haben sich seit jeher für die Präsentation künstlerischer Positionen stark gemacht, die noch nicht international durchgesetzt sind. Sie bieten Raum, um Unbekanntes zu erproben und sind offen für Experimente. Daher sind auch experimentelle Formen der Kunstvermittlung inhaltlich wie praktisch in Kunstvereinen richtig verortet.

**Kunstvermittlung** hat in den letzten 15 Jahren eine Trendwende und Neuausrichtung erfahren und **selbst künstlerische Züge** angenommen. Mit unterschiedlichen Herangehensweisen und Zielsetzungen erlaubt zeitgemäße Kunstvermittlung die Teilhabe.

Innerhalb dieser Auseinandersetzungen geht es nicht nur darum, die Produktion und Rezeption von Kunst an die Kunstgeschichte anzubinden, sondern vor allem dem zeitgenössischen Denken und der zeitgenössischen Kultur zuzuordnen. Darin unterscheiden sich Kunstvereine von anderen Kunstvermittelnden Institutionen: Sie bieten Präsentations- und Vermittlungsmodelle an, die eine diskursive Auseinandersetzung eröffnen. Diese sind weniger ergebnisorientiert, sondern zeigen Prozesse auf, die zu Ergebnissen führen können.

Sie werden Ausstrahlungskraft und Modellwirkung auch für institutionelle Einrichtungen wie Museen und Kunsthallen haben.“

Wir müssen nicht alle dieser hochglanzbroschürenmäßigen Formulierungen, was Kunstvereine sind und wollen, gleich eins zu eins für die Wirklichkeit nehmen. Da gibt es im Einzelfall sicher gewisse Abstände zwischen Theorie und Wirklichkeit. Gleichwohl formuliert der Text

ein bestimmtes Selbstverständnis – und er liefert zwei entscheidende Stichworte für unsere Frage nach aktuellen *Tendenzen* der Kunstvermittlung: Kunstvermittlung hat „künstlerische Züge angenommen“, und zeitgemäße Kunstvermittlung „erlaubt ... Teilhabe“ – und damit ist nicht nur rezeptive Teilhabe gemeint, sondern auch quasi produktive Teilhabe. Wie das?

„Künstlerische Kunstvermittlung“ kann meinen, dass der Vermittlungsprozess in den Kunstprozess einbezogen wird, vielleicht besser noch: Teil des Kunstprozesses wird, und dass KünstlerInnen selbst in die Vermittlung gehen, also den Vermittlungsprozess gestalten, oder beides. Niedersachsen wird übrigens demnächst einen Modellversuch in dieser Hinsicht starten.

„Es müsste in der Kunstpädagogik weniger um die Informationsvermittlung über die Künste als vielmehr um die Bildung von ästhetischer Mentalität und um die Aufmerksamkeit für künstlerische Prozesse gehen,“ schreibt beispielsweise dazu der Lüneburger Kunsthistoriker Pierangelo Maset.<sup>10</sup> Er spricht von einem „dritten Weg“ zwischen Kunst und Pädagogik, und weiter: „Die Kunstvermittlung ist mit der Entstehung einer künstlerischen Kunstvermittlung insgesamt in einer neuen Ära getreten. Sie ist nicht mehr als reine Service-Anwendung für Werke zuständig, sondern kann im günstigsten Falle selbst kunsthafte Züge entwickeln.“<sup>11</sup>

Dass das nicht unumstritten und auch nicht einfach zu haben ist, ist dem Autor wohl bewusst. Das Konzept setzt bei denjenigen, die sich (als KünstlerInnen) darauf einlassen, eine spezifische über ihre im traditionellen Sinne künstlerische Kompetenz hinausgehende Professionalität voraus, die z. B. eine hohe Fähigkeit zum Diskurs über das jeweilige Tun beinhaltet, also auch spezifische theoretische Qualitäten fordert, natürlich auch in Verbindung mit didaktischem Geschick und dem Können, andere Personen an dem künstlerischen Prozess partizipativ teilhaben zu lassen.

Aber auf der Theorieebene der „künstlerischen Kunstvermittlung“ setzt er noch eins drauf, nicht zufällig natürlich mit Bezug auf Joseph Beuys:

„Zeitgenössische Kunstvermittlung hat in diesem Kontext die Aufgabe, Veränderungen des Kunstsystems in Angriff zu nehmen und dessen Konstitution anzugehen. Der Weg kann dabei nur so eingeschlagen werden, dass über künstlerische Positionen und Gehalte ein differentes Kunstverständnis im Sinne einer künstlerischen Kunstvermittlung entwickelt wird. Es geht auch hier um den dritten Weg. Es ist ein Weg, der nicht über die Pädagogik oder die Erziehungswissenschaft führen kann, sondern er ist über das Kunstverständnis im Sinne eines „erweiterten Kunstbegriffs“ zu verfolgen.“<sup>12</sup>

Natürlich müsste man sich nun Beispiele ansehen oder erzählen lassen. Unendlich viele gibt es wenigstens in der Praxis schon. Die Theorie dazu wird soeben gemacht, wie wir gesehen haben.

---

<sup>10</sup> Pierangelo Maset: Fortsetzung Kunstvermittlung. In: Corporate Difference. Formate der Kunstvermittlung. Hg. v. P. Maset, R. Reuter, H. Steffel. Lüneburg 2006, S. 11-24. Hier: S. 12.

<sup>11</sup> Maset 2006, 17

<sup>12</sup> Maset 2006, 20

Kaum wird es nötig sein, zu erwähnen, dass sich gerade auch mein Haus in seinem Programmreich Bildende Kunst in diesem Zusammenhang engagiert und entsprechende Fortbildungsangebote für KünstlerInnen entwickelt. Vom 7. bis 9. November d. J. ist (in Zusammenarbeit mit der ADKV) eine Tagung unter dem Titel „**Die Kunst der richtigen Vermittlung**“ geplant, die sich mit „Bilanz und Perspektive der Kunstvermittlung auseinander setzen soll.

Was interessiert mich an dieser Tendenz in der Kunstvermittlung im Rahmen unserer hiesigen Thematik? Natürlich wieder der Aspekt, dass hier das traditionell Eigentliche, die Kunst bzw. der Kunstprozess, mit dem traditionell Uneigentlichen, der Vermittlung, in ein neues und dialektisch integratives Verhältnis gesetzt wird.

#### **4. Und was hat das mit Museum zu tun? Blick zurück**

Ich interpretiere **diese Tagung als Teil des Diskurses über einen Funktionswandel von Museen.**

In der Literatur<sup>13</sup> sehe ich – und eigene Beobachtungen und Informationen aus vielen Gesprächen bekräftigen: Es gibt eine Bewegung innerhalb der Museumslandschaft – und hier spreche ich natürlich vor allem von mittleren und größeren Museen –, die auf eine deutliche Stärkung der Vermittlungsdimension musealer Arbeit zielt. Das bedeutet in dem Funktionsparadigma Sammeln, Bewahren, Forschen, Vermitteln mindestens eine deutliche Akzentverschiebung, und das bedeutet gleichzeitig eine verstärkte Marktorientierung<sup>14</sup>, Zielgruppenorientierung, Besucherorientierung. Sicher hat diese Marktorientierung auch zu der verstärkten Hinwendung zur Vermittlungsdimension beigetragen.

Für diese Marktorientierung gibt es – zugegeben, ein wenig bösartig verkürzt – zwei Motivgruppen: Die eine ist die **kulturelle, bildungspolitische, soziale Orientierung**: Der Besucher wird als Objekt und Subjekt von kulturellen Bildungsprozessen gesehen, zu denen Museen als Ort und Institution maßgeblich beitragen können und wollen.

„Museen können nicht neutral sein, sie sind niemals wirkungslos, sie vermitteln fortgesetzt Botschaften, auch wenn diese nicht immer gelenkt sind oder unbewusst ausgesendet werden. Museen können nicht nicht kommunizieren und: Museen können nicht nicht bilden. Sie sind Orte der Bildung, weil sie sich in ihrer Verfasstheit per se als Träger kultureller und gesellschaftlicher Werte verstehen, die von ihnen sowohl tradiert und generiert als auch weitergegeben werden. [...] Museen jeder Gattung und Größe haben die Möglichkeit zur Beeinflussung von Sichtweisen, Auffassungen und Meinungen und sind damit auch mitverantwortlich für die andauernde gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit.“<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Zusammengefasst etwa in Kirchberg 2005.

<sup>14</sup> In der Literatur findet sich auch oft der Ausdruck Marketingorientierung, so bei Kirchberg 2005. Das halte ich aber für eine problematische Begriffsvermengung, auch wenn es natürlich zwischen Markt und Marketing enge Beziehungen gibt.

<sup>15</sup> Andreas Grünwald Steiger: Museum ist Kommunikation. Das Konzept der berufsbegleitenden Qualifizierung an der Bundesakademie für kulturelle Bildung. In: Museum – Schule – Bildung. Aktuelle Diskurse, innovative Modelle, erprobte Methoden. Hg. v. Ernst Wagner, Monika Dreykorn. München: kopaed 2007, 127-130, hier: 127.

Mit diesen steilen Sätzen beginnt ein im letzten Jahr erschienener Aufsatz von Andreas Grünewald Steiger, Programmleiter Museum der BAW. Der Aufsatz ist erschienen in einem Sammelband, der sich mit der Zusammenarbeit von Museum und Schule beschäftigt.

Die andere Motivgruppe ist die **ökonomische Orientierung**: Der Besucher und insbesondere das sozioökonomisch leistungsfähige Umfeld des Museums wird als mit allen Mitteln heranzuziehende zu unterhaltende Finanzierungsquelle betrachtet.

In der Wirklichkeit werden sich die Motivationen für eine stärkere Besucher- und Marktorientierung auch bei den Museen natürlich mischen.

Blicken wir kurz noch einmal zurück in unsere Explorationen:

#### 4.1 Theater

Das aus meiner Sicht strukturell Interessante auch mit Blick auf den Museumsbetrieb ist: **Unter dem Aspekt Kunstvermittlung** haben wir es hier mit einer Bewegung zu tun, die die **Vermittlung zum Bestandteil des Kunstwerkes** macht. –**Vermittlung und Kunst sind hier nicht zwei Dinge, bestenfalls zwei Seiten einer Medaille, sondern sie werden zu einer Sache.**

Und wir haben am Beispiel der „Heimspiel“-Förderlinie gesehen, wie auch das etablierte Theatersystem sich in Richtung **Verflüssigung der Grenzen zwischen Theater und Wirklichkeit** bewegt, - was unter dem Aspekt Vermittlung eben auch bedeutet eine Annäherung von Kunst und Publikum durch neue Inhalte, neue Spielformen, neue Spielorte, - im Ergebnis, wenn's glückt, eine Öffnung auch zu solchen Publikumsschichten, die nicht zu den üblichen Besuchern des Hochkulturtheaters gehören.

Für kulturelle Bildung im Museum bedeutet das möglicherweise: 1) Museumsvermittlungsaspekte, museumspädagogische Konzepte sollten Ausstellungskonzepte nicht nachgeordnet, sondern beigeordnet, ihnen integriert werden. 2) Besucher, zumal jüngere, könnten als Fragen- und Ideengeber in Ausstellungskonzeptionierungen einbezogen werden. 3) In Bezug auf den Gegenstand des Museums wäre noch deutlicher, als es vielleicht schon geschieht, nicht nur danach zu fragen, was das Material, die Ausstellungsgegenstände brauchen, um von den Besuchern nach „den Regeln der Kunst“ verstanden zu werden. Vielmehr wäre auch zu fragen, welche Antworten das Material auf die Fragen der Zeit und der Menschen zu geben in der Lage wäre.<sup>16</sup> 4) Damit wäre auch die Frage verbunden, ob und wie ein Museum als Forum für den öffentlichen kulturellen und insoweit auch gesellschaftlichen und politischen Diskurs wirken kann.

#### 4.2 Musik

Der E-Musikbetrieb hat ein zunehmendes Problem bewusstsein. Er begreift nach und nach auch musikalische **Bildung als seine eigene Aufgabe**. Er findet neue Formate, manchmal auch neue Orte, mit denen er sich an neue Zielgruppen richtet, ob unter Jugendlichen oder

---

<sup>16</sup> Vgl. auch entsprechende Ausführungen im Tagungsvortrag von Prof. Bernd Lindemann.

Erwachsenen. Er findet – nach und nach – zu der Erkenntnis, dass es zwischen Kunst- und Bildungsarbeit keinen Gegensatz geben muss, sondern dass sie sich gegenseitig ergänzen und stützen.

Wohlgemerkt, man kann noch lange nicht davon ausgehen, dass diese Dinge selbstverständlich sind. Aber es handelt sich um eine klar erkennbare Tendenz. Gerade in so stark hierarchisch organisierten Systemen, wie es der Musikbetrieb in aller Regel noch ist, kommt es darauf an, dass Vermittlungsaspekte, dass z. B. Konzertpädagogik auch als Chefsache begriffen wird, d. h. dass Vermittlung wenn auch nicht unbedingt praktisch, so doch politisch in der Verantwortung des Chefs liegt. Was das für den Museumsbetrieb bedeuten könnte, liegt vermutlich auf der Hand.

Das Beispiel sCOOL HITs im populärmusikalischen Bereich zeigt, dass auch solche künstlerischen Arbeiten, die von vornherein mit einem pädagogischen Impetus gemacht werden, zu respektablen künstlerischen Ergebnissen und – nicht zuletzt – großer öffentlicher Anerkennung und Publikumserfolg führen können, und zwar auch in solchen Bevölkerungsgruppen, die bislang kaum Zugang zu fundierter musikalischer Bildung hatten.

### 4.3 Bildende Kunst

Hier hat mich der „dritte Weg“ der Vermittlung interessiert: Vermittlungsprozesse und Kunstproduktionsprozesse finden in der **künstlerischen Kunstvermittlung** zusammen, KünstlerInnen arbeiten *als KünstlerInnen* als VermittlerInnen. Was das mit Museum und seinen eigenen Vermittlungs- und Bildungsprozessen zu tun hat oder haben könnte? Sie werden die Antwort vermutlich besser geben können als ich.

Aber wenn ich mal einen Aspekt einmal sehr kühn, vielleicht naiv, aufs Museum übertragen sollten würde ich sagen: Ausstellungskonzepte und museumspädagogische Konzepte und Praxis werden zusammen wahrgenommen und als integrales Produkt, als integrale Leistung des Museums verstanden, Kuratoren und Museumspädagogen arbeiten nicht nacheinander, sondern Hand in Hand und auf Augenhöhe.

Wie sagte Lessing? „Geduld, die Vergangenheit hat noch Zukunft.“ Ich sage, ja natürlich, aber nicht von selbst.

---

Karl Ermert, Dr. phil., Germanist, Historiker, Erziehungswissenschaftler, ist seit 1999 Direktor der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel.

© Dr. Karl Ermert  
 Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel  
 Im Schloss; Postfach 1140  
 38302 Wolfenbüttel

E-Mail: [karl.ermert@bundesakademie.de](mailto:karl.ermert@bundesakademie.de)

[www.bundesakademie.de](http://www.bundesakademie.de)