

Die interaktive Klanginstallation in der Radwegkirche, der Songwriting-Workshop im Konfirmandenunterricht, die offene Orgelbank, die Postkarte mit persönlichen Zeilen zum Lied des Lebens, der von Schülern und Schülerinnen gestaltete Audiowalk,

das Wohnzimmerkonzert, die raumgreifende Konzertinszenierung über das Singen in Pandemiezeiten, die begehbaren Bläskulpturen, der Musikgottesdienst mit Chorinterviews zur *h-Moll-Messe*, das interreligiöse Kompositionsprojekt in Synagoge, Moschee und christlichen Kirchen ...

Diese und viele andere Projekte haben uns gezeigt: Musikvermittlung wirkt. Sie erreicht Menschen verschiedener Generationen und unterschiedlicher sozialer Herkunft – sogar solche, die Kirche ablehnen. Sie schafft Zugänge zur Vielfalt der Kirchenmusik jenseits stilistischer Grenzen. Sie schafft Aufmerksamkeit, weckt Neugierde und erzeugt ein tieferes Verständnis. Sie macht Fremdes nahbar und Bekanntes

überraschend neu erfahrbar. Sie bringt Menschen zusammen, baut Beziehungen auf und führt aktive Mitwirkung herbei. Sie bringt Tradition und Innovation kreativ zusammen. Sie entwickelt Kirchenmusik in ihren künstlerischen, theologischen und pädagogischen Dimensionen weiter und bringt neue Formen kirchenmusikalischen Gestaltens und Erlebens hervor.

Bereit für Neues?

Über das Innovationspotenzial von Musikvermittlung für die Kirchenmusik

von Silke Lindenschmidt und Ulf Pankoke

Die Bereitschaft, sich auf Unbekanntes einzulassen, ist essenziell für das Gelingen von Musikvermittlung. Es braucht sie bei allen Beteiligten gleichermaßen. Wenn sie da ist, kann aus einem kleinen Moment, in dem der Funke überspringt, Wertvolles entstehen: eine bleibende Erinnerung, ein gesteigertes Interesse an der weiteren Auseinandersetzung oder gar ein prägendes Schlüsselerlebnis, mit dem ein jahrzehntelanges Engagement seinen Anfang nimmt.



Silke Lindenschmidt (*1977) studierte Musik, Mathematik und Evangelische Religion für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen an der TU Braunschweig, Tanzpädagogik an der Akademie Remscheid sowie Musikvermittlung und Musikmanagement an der HfM Detmold.

Ulf Pankoke (*1969) studierte Schulmusik und Musikerziehung mit den Fächern Trompete und Gesang an der HMTM Hannover sowie Musikvermittlung und Musikmanagement an der HfM Detmold.

Nach mehr als zehn Jahren Tätigkeit als Landesposaunenwarte in der Landeskirche Hannovers initiierten beide 2014 gemeinsam „Vision Kirchenmusik“, www.visionkirchenmusik.de



Musikvermittlung ermöglicht ein schrittweises Einsteigen in Kirchenmusik

Musikvermittlung schafft Gelegenheiten und macht Angebote. Sie kann besondere Erlebnisse begünstigen und bestenfalls für ein dauerhaftes Interesse an Kirchenmusik sorgen. Die Vermittlungspraxis konzentriert sich dabei auf drei grundlegende, aufeinander aufbauende Zielsetzungen:

1. Begegnungen initiieren

In einer zunehmend säkularisierten Gesellschaft gibt es weniger selbstverständliche Berührungspunkte mit Kirche und dadurch auch mit Kirchenmusik. „Kirchenmusik ist kein Selbstläufer mehr“, bestätigen viele Kollegen und Kolleginnen, und Kirchenmusik scheint oft keine Option (mehr) zu sein in der Freizeitgestaltung – weniger, weil Kirchenmusik musikalisch oder inhaltlich nicht interessant wäre (das zeigen uns die begeisterten Rückmeldungen von Besuchern bei Musikvermittlungsformaten), sondern vielmehr, weil die Darbietungsform nicht anspricht, weil die Möglichkeiten der Teilhabe nicht klar sind oder auch das Verständnis

dafür fehlt, was sich hinter den Veranstaltungen oder musikalischen Mitmachangeboten verbirgt. Oftmals verhindert auch eine kritische Haltung gegenüber der Institution Kirche Begegnungen mit Kirchenmusik.

Musikvermittlung kann hier Offenheit schaffen und Hemmschwellen überwinden. Dabei kann es helfen, den kirchlichen Kontext bewusst zu verlassen und in die Lebenswelten derer zu gehen, die mit dem Angebot erreicht werden sollen. Wir haben gute Erfahrungen mit Kirchenmusikaktionen im öffentlichen Raum gemacht – wie beim Licht- und Klangparcours zur *Lukas-Passion* von Krzysztof Penderecki, bei der lebendigen Jukebox mit Blechbläserensemble im Bauwagen, beim Live-Glockenguss in der Fußgängerzone und anderen Open-Air-Formaten.

Darüber hinaus kann über Bildungseinrichtungen ein breites Spektrum an neuen Zielgruppen (Kinder, Jugendliche und auch ihre Familien und Freunde) mit Kirchenmusik in Kontakt gebracht werden: beim Elternchor im musikalischen Jahresprojekt der Kita, beim Klosterprojekt mit Chorklassen verschiedener Grundschulen, beim Orgelpfeifenbau in der Berufsschule oder auch bei fächerübergreifenden Projekten zu Werken wie Händels *Messiah*, Brittens *War Requiem* oder Honeggers *Symphonie Liturgique* an Gymnasien sowie an Förder-, Gesamt- und Oberschulen.



Brittens *War Requiem* als begehbare Klanginstallation in der Albert-Schweitzer-Schule Hameln, 29.10.2018 (Foto: Anna-Kristina Bauer)

Kirchenmusik im öffentlichen Raum ...

... und in Schulen und Kitas

2. Berührung ermöglichen

Idealerweise bleibt die Begegnung mit Kirchenmusik nicht belanglos, sondern löst eine positive Reaktion aus, die Lust macht auf mehr. Aufgabe der Musikvermittlung ist es, alles dafür bereitzustellen und in die Wege zu leiten, dass Menschen berührt, fasziniert oder gar begeistert werden. Es geht darum, Kirchenmusik intensiv erlebbar zu machen und ästhetische Erfahrungen zu initiieren, die ein vertiefendes, erweiterndes Hören und Erleben ermöglichen.

Das kann über die inhaltliche Ausrichtung oder das Aufführungsformat geschehen, wie beim Gesprächskonzert mit der Nachwuchsorganistin, bei dem das Publikum ihrem Lebensweg folgt, ihrer Lieblingsmusik begegnet und ihren ersten Orgellehrer kennenlernt; wie beim liturgischen Spaziergang mit dem Gospelchor, der die Bedeutung einzelner Gebete und Gesänge an verschiedenen Orten der Kirche über die Musik neu erlebbar macht oder beim Wandelkonzert im ehemaligen Bunker einer U-Boot-Werft aus dem Zweiten Weltkrieg, wo Mitwirkende und Publikum in Bewegung sind, weite und intime Konzertsituationen miteinander erleben und Teil einer künstlerischen Auseinandersetzung mit der Geschichte und Bedeutung dieses Ortes werden.

Resonanzräume öffnen

Stimmige Formate finden

Relevanz und persönliche Bedeutsamkeit

Produktive Erfahrungen können langfristiges Interesse erzeugen

Zielgruppenorientierung

Kooperationen

3. Beziehungen herstellen

Noch intensiver und nachhaltiger wirkt Musikvermittlung, wenn es gelingt, Bezüge und Beziehungen zur Kirchenmusik herzustellen, die eine persönliche Relevanz und Bedeutsamkeit erlangen. Dafür ist es wichtig, Menschen in die aktive Beschäftigung mit Kirchenmusik zu bringen und zu erreichen, dass sie sich selbst kreativ und künstlerisch einbringen. So gestalten sie aktiv Kirchenmusik mit oder bringen gar neue Kirchenmusik hervor.

Im Idealfall ergibt sich aus dieser produktiven Erfahrung ein langfristiges Interesse und Engagement: Ein Besucher, der sich nach dem Wohnzimmerkonzert entscheidet, im Posaunenchor anzufangen, fünfzehn Sängerinnen und Sänger aus dem Schulchor, die nach dem Oratorienprojekt in der Kantorei weitersingen oder der Kindergarten, der nach dem gemeinsamen Musikvermittlungsprojekt ein regelmäßiges Teamsingen einführt, um weiterhin neue Lieder auszutauschen und miteinander zu üben.

Um erfolgreich Begegnungen zu initiieren, Berührung zu ermöglichen und Beziehungen herzustellen, ist eine genaue Kenntnis der Zielgruppe erforderlich. Das Musikvermittlungsformat insgesamt wie auch alle einzelnen methodischen Schritte sollten unbedingt zielgruppenorientiert konzipiert sein. Besonders interessant wird es, wenn die Gruppen den kreativen Prozess kollaborativ mitgestalten und die Musikvermittelnden Verantwortung an die Gruppe abgeben und zu Begleitenden und Moderierenden werden.

Musikvermittlung ist Teamarbeit

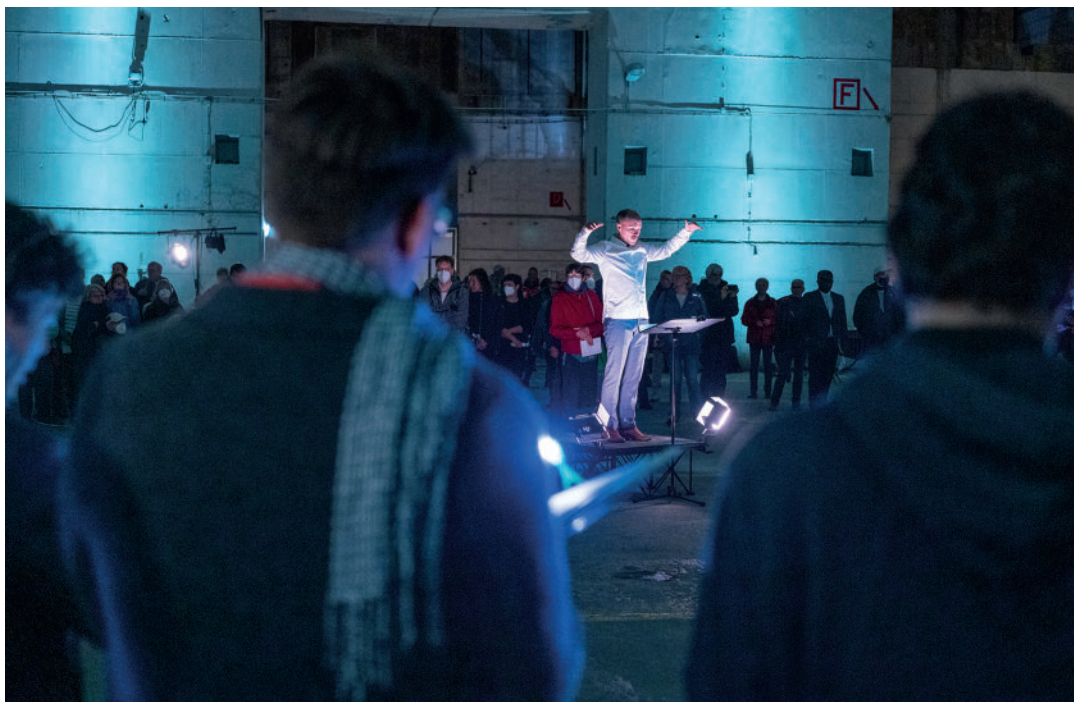
Musikvermittlung ist ein vielschichtiges und breit angelegtes Praxisfeld, das künstlerische, pädagogische, kommunikative und organisatorische Kompetenzen erfordert. Die Zusammenarbeit in multiprofessionellen Teams ist in der Musikvermittlung Standard – nicht nur innerhalb des eigenen Gemeindegottesdienstes, sondern in den meisten Fällen auch darüber hinaus.

Musikvermittlung kann Kirchenmusik mit anderen kirchlichen Arbeitsfeldern wie z. B. Kirche mit Kindern, Jugendarbeit, Kirche im Tourismus, interreligiöser Arbeit oder dem Bereich „Kunst und Kultur“ zusammenbringen.

Wertvolle Impulse, neue Expertisen und einen bereichernden „Blick von außen“ versprechen Kooperationen mit Kultureinrichtungen wie Museen, Gedenkstätten, Theatern, Bibliotheken und Stadtarchiven oder mit der freien



Aufführung von Rossinis *Petite Messe solennelle* mit Videoeinspielungen am 16.11.2019 in der Münsterkirche Einbeck (Foto: Daniel Konnerth)



Raumgreifende Konzertszenierung „Zeit.Dimensionen“ am 20.5.2022 im Denkort Bunker Valentin (Bremen-Rekum) (Foto: Kai Löffelbein)

Kunst- und Musikszene, die Kirchenmusik in den interdisziplinären und spartenübergreifenden Dialog bringen kann.

Projektpartnerschaften vergrößern die Reichweite und ermöglichen das Erschließen neuer Zielgruppen. Durch sie kann es gelingen, Kirchenmusik in neue gesellschaftliche Bereiche einzubringen und mitunter Erstbegegnungen für Menschen zu schaffen, die sonst selten oder gar nicht mit Kirchenmusik in Berührung kommen.

**Projektpartnerschaften
vergrößern die Reichweite**

Musikvermittlung ist Kommunikation

Musikvermittlung zu planen, heißt, kommunikative Prozesse zu planen: Wie erreiche ich meine Zielgruppe? Wie stelle ich eine Kommunikation auf Augenhöhe her? Wie erzeuge ich eine Offenheit für die Begegnung mit Kirchenmusik? Welche Wege der Kommunikation gibt es über die Worte hinaus?

All das sind wichtige Überlegungen für das zentrale Geschehen der Musikvermittlung. Doch die Kommunikationsleistung beschränkt sich nicht nur auf die Vermittlung zwischen Musik und Rezipierenden, sondern geht weit darüber hinaus. Musikvermittlung heißt oftmals auch, Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu erzeugen oder neues Publikum zu gewinnen. Zugleich ist die „Vermittlung nach innen“ zu bedenken, um die Gemeinde, musikalische Gruppen und weitere Mitwirkende in den Vermittlungsprozess einzubinden und Entscheidungsträger teilhaben zu lassen.

**Vermittlung nach innen,
Vermittlung nach außen**

*Widerspruch? Ergänzungen?
Anregungen? Schreiben Sie an
die Redaktion*

redaktion@musikundkirche.de

*Veröffentlichung
im Forum unter*

www.musikundkirche.de



Partizipative Rauminstallation zu den Liedern des Lebens der Besucherinnen und Besucher in der Stadtkirche Hann. Münden, 28.5.2022 (Foto: Swen Pfoertner)

Strategische Planung

Idealerweise sind alle kommunikativen Prozesse vor Projektbeginn in einer strategischen Planung detailliert vorgedacht, so dass das komplexe Kommunikationsgeschehen in einzelne, konkrete Kommunikationsaufgaben „übersetzt“ ist und niemand während des Projekts aus dem Blick gerät.

Kirche und Kirchenmusik profitieren von der Musikvermittlung

Was braucht die Kirchenmusikvermittlung der Zukunft?

Für uns ist klar: Kirche und Kirchenmusik profitieren von der Musikvermittlung. Sie hat großes Innovationspotenzial und trägt dazu bei, die Vielfalt der Kirchenmusik zeitgemäß erfahrbar zu machen und zukunftsweisend weiterzuentwickeln. Dieses Potenzial könnte zukünftig noch flächendeckender ausgeschöpft und umfassender ausgebaut werden. Musikvermittlung sollte kein dekoratives „Nice-to-have“ und kein fakultatives „Add-on“ sein, sondern selbstverständlicher Bestandteil von Kirchenmusik.

Als erfreuliche Entwicklungen für die Etablierung und Professionalisierung von Musikvermittlung im kirchlichen Kontext sehen wir das neue bundesweite „Netzwerk Kirchenmusikvermittlung“ und die Integration von Musikvermittlung als eigenständigem Modul innerhalb des sogenannten „Qualifizierten Berufseinstiegs Kirchenmusik“.

Musikvermittlung als Haltung

Musikvermittlung ist ein Zukunftsthema. Es sollte den Status institutioneller Unverzichtbarkeit erlangen und zur Grundhaltung kirchenmusikalischen Handelns werden.