

Harfensemble der
Westfälischen Schule
für Musik beim
Himmelreich-Open-Air
im Mai 2019

Out and about!

Neue Hör- und Spielräume im Sinne von Outreach

Sonia Stib

Outreach bedeutet „hinausreichen über“ und zielt im Konzertbetrieb auf ein vielschichtiges Publikum und kulturelle Teilhabe.

Bestehende Outreach-Formate von Orchestern und Konzerthäusern bieten auch Impulse für die Musikschularbeit.

Adventskonzerte im Seniorenheim, ein Sommer- und Weihnachtskonzert im Krankenhaus: Auftritte in sozialen Institutionen gehören schon seit Jahrzehnten selbstverständlich zum Musikschulleben. Diese Form musikbezogenen sozialen Engagements hat inzwischen auch das Konzertwesen erfasst. Im Bestreben um kulturelle Teilhabe, um Gewinnung eines vielschichtigen Publikums durch einen niedrigschwelligen Zugang zu Hochkultur und einer Begegnung auf Augenhöhe etabliert sich seit einigen Jahren Outreach, die aufsuchende, community-basierte Kulturarbeit, als neue Programminitiative. Während dieser Ansatz im angloamerikanischen Raum seit Mitte des 20. Jahrhunderts einen festen Bestandteil der Musikvermittlung von Orchestern, Konzerthäusern und Musiktheater bildet, finden sich bis zu Beginn des 21. Jahrhunderts kaum Outreach-Angebote im Programm deutschsprachiger Education-Abteilungen von Orchestern und Konzerthäusern. Doch in jüngster Zeit werden Formate, bei denen sich OrchestermusikerInnen gezielt „raus aus dem Elfenbeinturm, hinein in die Gesellschaft“¹ bewegen, zunehmend populärer.

OUTREACH – WAS IST DAS?

Als Strategie gegen Benachteiligung und soziale Ausgrenzung zielt Outreach auf die Vergrößerung der Reichweite einer Kulturinstitution und die Erhöhung von Zugangschancen zu Kulturveranstaltungen und kultureller Bildung für möglichst breite Teile der Bevölkerung, besonders für jene, die von sich aus keine Kulturinstitution aufsuchen können oder wollen. Outreach hat seinen Ursprung in den USA und wird im Sozial-, Bildungs- und Wirtschaftssektor eingesetzt. Bereits 1903 bot das American Museum of National History mit seinem „School Service“ erstmals Ausstellungselemente zum Verleih an. Durch die der Bürgerrechtsbewegung folgende neue Gesetzgebung fand Outreach in den USA ab 1954 weite Verbreitung.² In Deutschland wurde es ab 1997 als Marketing-Instrument diskutiert. Seit 2008 etabliert sich Outreach als strategisch entwickelter Ansatz zur aufsuchenden Kulturarbeit.³ Warum aber sollen Konzerthäuser und Orchester ihre Angebote überhaupt erweitern und die eigenen Wände verlassen, um neue Spielflächen zu erschließen und andere Hör-



räume zu öffnen? Ein zentraler Grund liegt in der Definition von Outreach selbst: Es ist notwendig und wichtig, mehr Menschen zu erreichen als jene, die von sich aus den Weg ins Konzert finden. Im eigenen Interesse müssen Kulturinstitutionen hier Brücken bauen, Zugangsbarrieren verringern und sich verändern, wenn sie für die Menschen und deren Leben relevant und für eine diverse Gesellschaft repräsentativ sein wollen. Anders gesagt: Es ist eine Frage der Haltung! Für Outreach werden eine Reihe weiterer Begründungsmuster angeführt. Zuerst ist das seit vielen Jahren bestehende *Audience Development* zu nennen, eine strategische Kombination von Marketing, PR und Kulturvermittlung zur Steigerung der Publikumszahlen und der Ausdehnung der Diversität des Besucherspektrums in Bezug auf Alter, soziale Milieus und kulturelle Zugehörigkeit. Outreach zielt auf einen niedrigschwelligen Zugang zu Kunst und Kultur. Dies meint einerseits Zugänglichkeit im Sinne von *access* durch Konzerte in Stadtteilen, durch mobile Angebote, um Musik im vertrauten Lebensumfeld der Menschen erfahrbar zu machen und Finanzierbarkeit durch möglichst güns-



© Simon van der Gathen

tige Eintrittspreise. Andererseits meint Niedrigschwelligkeit den Abbau von Hemmschwellen. Dies wird z. B. gewährleistet durch ein lockeres Ambiente, das auf eine Kleiderordnung verzichtet, oder leichtere Einstiege in komplexe Themen mittels einer Programmgestaltung, die sich an den spezifischen Interessen der jeweiligen Zielgruppen orientiert. Weitere Argumente und zugleich Zielsetzungen von Outreach sind *Begegnungen auf Augenhöhe* und die *Identifikation mit der Kulturinstitution*. Dafür bedient man sich unterschiedlicher Formate, die das Publikum in unterschiedlicher Weise beteiligen: von rezeptiv und interaktiv über partizipativ bis hin zu kollaborativer Einbindung. Je nach Format werden dabei nicht nur Zuhörsituationen generiert, sondern ebenso Möglichkeiten für gemeinsames Musizieren und persönlichen Austausch geschaffen. Outreach ist daher weit mehr als nur eine Programminitiative oder Marketingstrategie in der Hoffnung auf gesteigerte Besucherzahlen. Es integriert Elemente von *Audience Development*, kultureller Teilhabe und sozialer Inklusion mit dem Ziel, Anschlussfähigkeit an die Gesellschaft zu erlangen. Fokus-

siert wird die aktive Involviertheit von Menschen über die reine Rezeption hinaus. Als solches kann Outreach für beide Seiten einen Mehrwert bieten: für die Institution selbst wie für die adressierte Zielgruppe. Es bietet die Chance, neue Spielflächen und Hör-Räume zu erschließen, Türen zu öffnen und Menschen zu erreichen, die sonst weniger den Weg ins Konzert finden. Durch aktive Partizipation in gemeinsamen Musizierprozessen kann außerdem eine persönliche Bindung und Identifikation der Teilnehmenden mit „ihrem“ Orchester, Ensemble oder Konzerthaus initiiert werden.

OUTREACH-FORMATE

Outreach-Angebote bewegen sich stets im Spannungsfeld von Aufführung und Partizipation. Je nach Format steht die eine oder andere Ausrichtung im Vordergrund. Das Spektrum aktueller Formate umfasst im Wesentlichen vier Hauptformen:

■ **Konzertante Formate**

Konzertante Formate sind Schulkonzerte „on Tour“ und Stadtteil-Konzerte in der unmittel-

baren Nachbarschaft. Diese sind als „Outreach-Klassiker“ in fast jeder mittleren bis größeren Institution anzutreffen. Exemplarisch genannt seien die „Grätzl-Konzerte“ der Wiener Symphoniker oder die „PhilharmonieVeedel-Konzerte“ der Kölner Philharmonie.⁴ Mitmachkonzerte binden das Publikum als InterpretInnen ein, z. B. das Publikumsorchester der Tonhalle Düsseldorf⁵ oder „Symphonic Mob – Ihr spielt die Musik“ vom Deutschen Sinfonie-Orchester Berlin als Mitspielkonzert von Profis und Amateuren.⁶

■ **Partizipative Formate**

(Mobile) partizipative Formate betonen aktive Teilhabe, soziale Inklusion und gemeinsame Musizierprozesse in offenen Angeboten in einer Community oder sozialen Einrichtung. Dazu gehören auch mobile Programme und Spielstätten wie der „Musikwagen“ des Luzerner Sinfonieorchesters,⁷ das „MovINg Orchestra“ der Hamburger Symphoniker⁸ oder das „IMPULS Stadtteilprojekt“ des Gewandhausorchesters Leipzig.⁹ Diese zielen darauf, durch Projekte, Workshops und Konzerte Brücken zwischen Publikum, Klangkörper und MusikerInnen zu bauen.

Community-basierte Musikaktivitäten

Community-basierte Musikaktivitäten vor Ort sind Mischformen von Taschenkonzert¹⁰ und Community Music¹¹ in diversen sozialen oder pädagogischen Einrichtungen. Bei diesen partizipativen Angeboten steht vor allem das gemeinschaftliche Musizieren im Zentrum wie z. B. bei den Community-Projekten von „Spielfeld Klassik“ der Münchner Philharmoniker.¹²

Performative Community-Projekte

Performative Community-Projekte sind meist großformatig und interdisziplinär angelegt. Sie beinhalten Musik, Tanz und Theater und integrieren mitunter ganze Schulen und Familien eines Stadtteils wie z. B. die „Stadtteil-Oper“ der Bremer Kammerphilharmonie¹³ oder institutionsübergreifende Projekte wie „Bridging Arts Nürnberg“.¹⁴

KULTURELLE TEILHABE

Ob Mitmachkonzert, Musikwagen, Taschenkonzert im Wohnzimmer oder Stadtteiloper – allen Formaten und ausführenden Institutionen gemeinsam ist das Bestreben, ihrem Bildungsauftrag gerecht zu werden, soziales Engagement zu zeigen und soziale Inklusion sowie kulturelle Teilhabe zu befördern. Dieser seit 2006 von der UNESCO gut begründete internationale Leitbegriff hat als partizipatorischer Imperativ alle größeren Kultureinrichtungen erfasst und sorgt für eine wachsende Popularität von Outreach.

Teilhabe an Kultur kann in diesem Zusammenhang – wie die vielfältigen Formate zeigen – sehr verschiedene Beteiligungsgrade und Steuerungsmöglichkeiten durch die Akteure umfassen. Sie ist keineswegs auf den Besuch (hoch-)kultureller Angebote als Rezipient beschränkt, sondern umfasst laut „Guidelines of Measuring Cultural Participation“ neben dem „attending/receiving“ ebenso das interaktive Mitmachen (interaction), partizipative Amateur-Performances (performance/production by amateurs) bis hin zu kollaborativer Mitbestimmung.¹⁵

Teilhabe – in unterschiedlicher Intensität – ist somit als Wesensmerkmal von Outreach zu verstehen. Oder wie Ivana Scharf und Dagmar Wunderlich postulieren: „Outreach ohne Partizipation ist kein Outreach!“¹⁶ Die beschriebenen Beteiligungsformen lassen sich allerdings nicht pauschal als besser oder schlechter einstufen. Entscheidend ist vielmehr, ob ein Format gut gemacht ist und die jeweilige Beteiligungspräferenz trifft.¹⁷

NEUES SELBSTVERSTÄNDNIS VON MUSIKERINNEN

Outreach, neue Hör- und Spielräume, Partizipation: Was bedeuten diese Maximen für das Selbstverständnis und das Rollenbild von MusikerInnen und MusikpädagogInnen? Beide sehen sich durch diesen Ansatz nicht nur neuen Aufgaben und Herausforderungen gegenüber; sie werden im Grunde in der Gesellschaft neu verortet. Ganz im Sinne von Sir Simon Rattle, der bereits 1999 im Zuge der Einrichtung von „Zukunft@BPhil“, dem Education-Programm der Berliner Philharmoniker, für das 21. Jahrhundert prophezeite: „To be a performing artist in the next century, you have to be an educator, too.“¹⁸

Diese Perspektive schließt an das Konzept der Artistic Citizenship von David J. Elliot, Marissa Silverman und Wayne D. Bowman an.¹⁹ Es gründet in der Überzeugung, dass Kunst ein zutiefst soziales Phänomen darstellt, das gesellschaftliche Kohäsion befördert. Artistic Citizenship versteht Künstlerinnen und Künstler als Kulturbürger, die um ihre gesellschaftliche Verantwortung wissen und künstlerische Aktivität mehrdimensional zwischen Kunstpräsentation, künstlerischer Werkvermittlung und sozial-partizipatorischer Praxis ansiedeln.

Dafür braucht es neben einer entsprechenden Infrastruktur und räumlichen, finanziellen wie personellen Ressourcen vor allem eines: Es braucht in erster Linie MusikerInnen, die bereit sind, sich auf offene und mitunter unvorhersehbare Situationen einzulassen, die neugierig sind auf die Menschen und deren (andere) musikalische Ausdrucksformen. Es braucht Offenheit und die Bereitschaft, gemeinsame Musizier- und Gestaltungsprozesse zuzulassen, in denen künstlerische und ästhetische Ansprüche und Erwartungen gemeinsam und auf Augenhöhe neu verhandelt werden.

HOCHSCHULAUSSCHULE VON MUSIKERINNEN

Nimmt man Outreach und Artistic Citizenship als Zielperspektive ernst, hat dies unweigerlich Konsequenzen für die Ausbildung von MusikerInnen und MusikpädagogInnen und – verfolgt man den Gedanken konsequent weiter – auch für die musikalische Ausbildung von Kindern und Jugendlichen. Denn eine solche Einstellung entsteht nicht von selbst, sie muss bereits frühzeitig angebahnt werden. Die Entwicklung von „creative musical

leadership“ – sinngemäß zu übersetzen mit Fähigkeit zur kreativen musikalischen (An-)leitung – bildet daher im angloamerikanischen Raum seit fast 20 Jahren einen festen Bestandteil in der Hochschulausbildung von MusikerInnen und MusikpädagogInnen. Beispiele hierfür sind die „Open Academy“ der Royal Academy of Music in London,²⁰ „Barbican Guildhall Creative Learning“ an der Guildhall School of Music²¹ und Programme an der Steinhardt School der New York University. Öffnung nach innen und außen, musikalische Aktivitäten von Studierenden mit Laien sowohl innerhalb der Hochschule als auch in Outreach-Angeboten vor Ort orientiert an der Idee der „Music in Community“ sind dort regulärer Bestandteil des Curriculums und werden als notwendige Kompetenzen der musikalischen Professionalisierung betrachtet.

Angehende MusikerInnen und Musiklehrende werden darauf vorbereitet, ihre Musik zu positionieren, in Ton und Wort zu vermitteln sowie Programmkonzepte für bestimmte Communitys und Orte zu entwickeln.²² Ein Ansatz, der gerade für eine künstlerisch wie gesellschaftlich bedeutsame Weiterentwicklung der Konzertpraxis zukunftsweisend scheint. In deutschsprachigen Musikhochschulen besteht hier aber durchaus noch Entwicklungsraum.

NEUE SPIELFLÄCHEN FÜR DIE MUSIKSCHULE

Orchester, Konzert- und Opernhäuser sowie Festivals, aber auch freie MusikerInnen und KomponistInnen sind zunehmend gefordert, ihr Aufgabenspektrum zu erweitern und sich ihrem Publikum sowohl aktiv zuzuwenden, als auch auf neue Zuhörer zuzugehen und die eigene Konzertpraxis und Aufführungskultur zu verändern. Weil sich die Gesellschaft verändert, steht auch das Musikleben vor neuen Aufgaben. Solche Entwicklungen können daher auch vor Musikschulen nicht haltmachen. Wie aber lässt sich Outreach auf Aktivitäten im Musikschulleben übertragen?

Out and about

Vortragsabende einmal ganz (wo)anders: Dies wortwörtlich nehmend können Vortragsabende und Konzerte von Instrumentalklassen und Ensembles regelmäßig an anderen Orten stattfinden. Kliniken, Gemeindehäuser, Jugendclubs, Pflegeheime, Hospize, Werkstätten, Flüchtlings- oder Kinderheimen gezielt können hier Institutionen besucht

werden, die hinsichtlich des musikalischen Angebots eher benachteiligt sind und deren Mitglieder nicht die Möglichkeit haben, selbst zu einem Konzert zu kommen. Idealerweise sind diese Konzerte zudem entsprechend thematisch konzipiert, moderiert und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten. Dies beginnt bei der Uhrzeit und Dauer, der Integration in den jeweiligen Tagesablauf und reicht bis zur Programmauswahl und Beteiligung der AdressatInnen.

■ Sing Along

In ähnlicher Weise können intergenerative Mitsing-Konzerte konzipiert werden. Das Musikschulensemble bereitet eine entsprechende Auswahl an Liedern zur Begleitung vor, die gleichzeitig in der Institution vor Ort vorbereitet werden oder sich an dort bereits bekanntem Liedmaterial orientieren. Im gemeinsamen Konzert stehen neben der Auf-führung vorbereiteter Werke dann vor allem gemeinsame Musizierprozesse, Begegnung und Austausch im Mittelpunkt, bei denen MusikschülerInnen eventuell auch ihre Instrumente vorstellen. Auf diese Weise werden Kinder und Jugendliche zu mitverantwortlichen MusikerInnen, die nicht nur musikalisch-künstlerisch gefordert sind, sondern ebenso soziales Engagement an den Tag legen können.

■ Musikmobile

Musikmobile wie einst der Jamtruck an der Folkwang Musikschule Essen,²³ das Rockmobil²⁴ und andere sind informelle dezentrale Musikangebote, welche Jugendlichen, die sonst kaum Zugang zu einer musikalischen Ausbildung hätten, in einem vollausgestatteten LKW Musiziersituationen ermöglichen.

■ Neue Räume im Alten

Zu guter Letzt: Neue Spielflächen entstehen auch durch veränderte Strukturen im Alten. Am modus operandi eines Klassen-Vortrags-abends hat sich häufig noch wenig verändert. Während das Storytelling bei Pop-Rock-Konzerten selbstverständlich dazu gehört, ist dies im klassischen Bereich selten der Fall. Warum aber spiele ich genau dieses Stück? Was gefällt mir besonders daran? Was verbinde ich mit diesem Stück, welche Vorstellung, welche Bilder, welches Gefühl? Solche und ähnliche Fragen können Gegenstand der Anmoderation des eigenen Stücks in einem Vortragsabend sein.²⁵ Dies macht die SchülerInnen nicht nur als InterpretInnen, sondern als Persönlichkeiten erlebbar und setzt

das eigene Spiel, die Musik, in einen spezifischen Kontext. Auch auf diese Weise lässt sich Outreach – das „Hinausreichen über“ – im übertragenen Sinne erzeugen.

FAZIT

Outreach-Formate tragen auch auf der Ebene von Musikschulen dazu bei, diese stärker in der jeweiligen Stadtgesellschaft oder ländlichen Region als Kulturinstitution mit gesellschaftlicher Relevanz zu verankern. Gleichzeitig liegt darin die Chance, MusikschülerInnen im Sinne von Artistic Citizens zu welt-offenen, flexiblen Persönlichkeiten auszubilden, die den permanenten Veränderungen in Gesellschaft und Musikleben interessiert und engagiert mit neuen Ideen begegnen.

Auf den Punkt gebracht hat das die Musikvermittlerin Barbara Balba Weber: „Musiker und Musikerinnen [...] verändern sich selbst immer wieder, indem sie sich künstlerischen Begegnungen mit fremden Lebenswelten aussetzen. Das können andere Gesellschaftsschichten, Musikszene, Berufe oder Menschen in speziellen Situationen sein. Sie verlassen dafür ihr gewohntes Umfeld und begeben sich mit ihrer Kunst in unbekannte Situationen. Diese Erfahrungen verändern ihre Haltung gegenüber anderen Gesellschaftsgruppen und dadurch auch ihr Verhalten als Künstlerin oder Künstler.“²⁶

Dies gilt gleichermaßen für Lehrende wie Lernende. Eine Konfrontation mit anderen Lebenswelten, Dialog und Austausch kann nicht nur der musikalischen Entwicklung förderlich sein, sondern auch unserer Haltung gegenüber anderen Menschen, Fähigkeiten und Einstellungen. ■

1 Aufruf von Matthias Naske, Intendant des Wiener Konzerthauses, vgl. www.nzz.ch/feuilleton/raus-aus-dem-elfenbeinturm-rein-in-die-gesellschaft-ld.1358890 (Stand: 27.12.2019).
 2 Ivana Scharf/Dagmar Wunderlich: „Museen und Outreach“, in: *Kulturelle Bildung-Online* 2014, www.kubi-online.de/artikel/museen-outreach (Stand: 17.2.2020).
 3 Julia Heisig: „Es hat sich viel getan – die neuesten Outreach-Entwicklungen“. Blog-Beitrag 16.12.2016, www.museum-outreach.de/es-hat-sich-viel-getan-die-neuesten-outreach-entwicklungen (Stand: 27.12.2019).
 4 www.koelner-philharmonie.de/philharmonie-veedel (Stand: 27.12.2019).
 5 www.tonhalle.de/orchester/publikumsorchester (Stand: 27.12.2019).
 6 www.symphonic-mob.de/content/e7692/e582/e479/index_ger.html (Stand: 27.12.2019).
 7 www.sinfonieorchester.ch/de/musikvermittlung/inklusion-soziales-engagement (Stand: 27.12.2019).
 8 www.symphonikerhamburg.de/education/moving-living-room-151 (Stand: 27.12.2019).
 9 www.gewandhausorchester.de/hohepunkte-201819/stadtteilprojekt (Stand: 27.12.2019).

10 Taschenkonzerte wie z. B. die des Leipziger Gewandhauses sind Minikonzerte von kleinen Ensembles, die Profimusiker eines Orchesters in diversen sozialen Einrichtungen wie Kitas, Kliniken, Schulen, Seniorenheimen etc. live spielen. Sie benötigen keinen Aufbau, sondern finden mit dem statt, was „in eine Tasche passt“. Meist sind sie mit Mitmachaktionen, kleinen Workshops, Instrumentenvorstellungen oder Musiker-Gesprächen verbunden. Solche Schnupperangebote finden in einer sehr persönlichen Begegnung statt, wollen neugierig auf Musik machen und (Erst-)Begegnungen mit klassischer Musik schaffen.

11 Community Music ist ein angloamerikanisches Konzept, welches unter dem Aspekt von Teilhabe und Inklusion allen Menschen einen konstruktiven, kreativen und demokratischen Zugang zum Musikmachen ermöglicht. Community Music findet immer in bestimmten sozialen Kontexten statt, schafft Möglichkeiten der interkulturellen Begegnung und kreativ-gestalterischer Gruppenprozesse, in denen die Gleichheit aller, demokratische Aushandlungsprozesse und selbstbestimmtes Lernen prägend sind. Vgl. Burkhard Hill/Alicia de Banffy-Hall (Hg.): *Community Music: Beiträge zur Theorie und Praxis aus internationaler und deutscher Perspektive*, Münster 2017.

12 www.spielfeld-klassik.de/projekte/community-music.html (Stand: 27.12.2019).

13 www.kammerphilharmonie.com/erleben/formate/stadtteil-oper (Stand: 27.12.2019) und www.stadtteil-oper-bremen.de (Stand: 18.2.2020).

14 www.bridgingarts.de/projektarchiv (Stand: 27.12.2019).

15 *Guidelines for Measuring Cultural Participation*. Paper submitted by Adolfo Morone. UNESCO Institute of Statistics 2006, S. 6. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guidelines-for-measuring-cultural-participation-2006-en.pdf> (Stand: 17.2.2020).

16 Scharf/Wunderlich, S. 7.

17 vgl. Anja Piontek: „Partizipative Ansätze in Museen und deren Bildungsarbeit“, in: *Kulturelle Bildung Online* 2017, www.kubi-online.de/artikel/partizipative-ansae-tze-museen-deren-bildungsarbeit (Stand: 17.2.2020).

18 vgl. „Das Wichtigste, was Musik leisten kann...“ 10 Fragen – 10 Antworten“, www.berliner-philharmoniker.de/education/10-fragen (Stand: 27.12.2019).

19 David J. Elliott/Marissa Silverman/Wayne D. Bowman (Hg.): *Artistic Citizenship. Artistry, Social Responsibility and Ethical Praxis*, Oxford 2016.

20 www.ram.ac.uk/study/open-academy (Stand: 27.12.2019).

21 www.gsmd.ac.uk/youth_adult_learning/creative_learning (Stand: 27.12.2019).

22 Dass gerade Großbritannien hier eine Vorreiterrolle einnimmt, liegt in seiner Geschichte und der Community Arts-Bewegung begründet, die ab Ende der 1960er Jahre wesentliche kulturelle Umbrüche und Initiativen für soziale Kulturarbeit herbeiführte.

23 Julia Zanke/Andre Pitteikau: „Jamtruck! – Macht Eure Musik!“, in: Hill/de Banffy-Hall, S. 171-178.

24 Günter Pleiner: „Musikmobile, Rock- und Hip-Hop-Mobile, Soundtracks, Jamliner“, in: Theo Hartogh, Hans Hermann Wickel (Hg.): *Handbuch Musik in der Sozialen Arbeit*, Weinheim 2004, S. 197-210.

25 vgl. *üben & musizieren* 4, 2019, Sprechere über Musik.

26 Barbara Balba Weber: *Entfesselte Klassik. Grenzen öffnen mit künstlerischer Musikvermittlung*, Bern 2018, S. 84.

Dr. Sonja Stibi

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin für Musikpädagogik an der Universität Augsburg und freiberufliche Musikvermittlerin.