

Musikfestival Bern Jahresbericht 2022

Bern, 21. Februar 2023

Verein Musikfestival Bern
Waisenhausplatz 30
3011 Bern
T +41 (0)31 311 40 55
www.musikfestivalbern.ch

Co-Geschäftsführung
Brigitte Kasslatter & Elke Lohmann
b.kasslatter@musikfestivalbern.ch
e.lohmann@musikfestivalbern.ch

Inhaltsverzeichnis

Das Festival 2022.....	3
Programm.....	3
Vermittlung.....	4
Inklusive Angebote	6
Kommunikation & Marketing.....	7
Medienresonanz.....	8
Besucher*innenzahlen	9
Organisation.....	9
Ausblick.....	10

Das Festival 2022

Vom 7. bis zum 11. September 2022 widmete sich das Musikfestival Bern dem Thema «unvermittelt»: Alte, neue und experimentelle Musik erklang an ungewöhnlichen Orten, in unerwarteten Momenten, mit überraschenden Besetzungen und Programmen. Konzerte, Performances, Installationen, Hörspaziergänge und Gespräche machten Musik unmittelbar erlebbar. Stolz 21 Uraufführungen wurden zu Gehör gebracht, über 20 Produktionen mit mehr als 40 Veranstaltungen sowie zahlreiche Vermittlungs- und Inklusionsangebote realisiert.

Das Festival stiess generell auf positive Resonanz. Von den insgesamt 31 Veranstaltungen mit Ticketverkauf waren vier ausverkauft, die restlichen gut bis sehr gut besucht. Die Gesamtauslastung betrug 78%, gesamthaft wurden 2'410 Eintritte gezählt.



Programm

Wie unvermittelt darf eine Musik auftreten, so dass sie zwar überrascht, aber auch deutlich als unvermittelt wahrgenommen wird? Wieviel Vermittlung ist schliesslich dabei doch nötig? Das Festivalthema «unvermittelt» stellte uns in dieser Hinsicht vor einige spannende und knifflige Aufgaben, aber das Paradoxe ist ja gerade inspirierend. Daraus resultierte ein ungemeiner Facettenreichtum an Gestaltungsmöglichkeiten.

Eine Idee war es zum Beispiel, Musik aus unterschiedlichen Epochen aufeinanderprallen zu lassen. Das Nerida Quartett konfrontierte Renaissance-Musik mit den während dem Vietnamkrieg entstandenen «Black Angels» von George Crumb; Urs Peter Schneider am Klavier wiederum stellte Carl Philipp Emanuel Bach und Mozart neben Zeitgenössisches. Beethovens «Eroica» wurde elektronisch verarbeitet und verfremdet. Und schliesslich unterbrach Nicolas Buzzi die Vokalklänge Orlando di Lassos durch eine neue, rein elektronische Musik. Auch unterschiedliche Stilistiken forderten heraus: Das Berner Symphonieorchester unter Heinz Holliger spielte Rachmaninow (bearbeitet von

Bernd Alois Zimmermann) zwischen Musik von Thomas Kessler und Harrison Birtwistle. Helmut Lachenmanns schräger «Marche fatale» erklang beim Eröffnungskonzert zwischen John Cage und nochmals Kessler.

Aber das Unvermittelte kann noch ganz anders hervortreten: in der Improvisation, die frei aus dem Moment heraus entsteht; im Auftritt von Musik an einem ungewöhnlichen Ort wie in einem Laden, in einer Wohnung oder mitten in der Stadt; schliesslich auch in der akustische Erfahrung, die man macht, wenn man mit verbundenen Augen durch die Strassen Berns geführt wird.

Manchmal ist das Resultat dabei gar nicht ausschlaggebend, sondern vielmehr, was dabei ausgelöst wird. Durch die Konfrontation mit etwas Fremdem oder Unerwartetem werden wir auch mit uns selber konfrontiert. Wir müssen unsere Situation, unser Denken überarbeiten, ja vielleicht sogar überwinden. Auch das scheinbar Vertraute wird dabei zuweilen unbequem. In den beiden Film/Impro-Matineen sowie in der vierteiligen Wissenschaftsreihe versuchten wir, das Gegensätzliche auszuloten und in einen Dialog zu bringen. Aber auch Olivier Messiaens berühmtes «Quatuor pour la fin du temps», längst ein vielgehörter Klassiker der modernen Musik, enthält die Vision einer anderen Welt, die ausserhalb der Zeit steht. Und auch die Musik John Cages, entstanden aus dem Wunsch, das Unerwartbare auszulösen, durch Zufalloperationen zum Beispiel, muss so inszeniert werden, dass sie sich wieder über alle Routine erhebt. Der ihm gewidmete Abend, «Long John Cage's Walk into the Night», enthielt selbst für Kenner*innen einige Überraschungen.

Bewährt hat es sich wie schon beim Arditti Quartet 2020, ein Ensemble in Residence auf unterschiedliche Weise ins Festival zu integrieren. Das Trio Accanto trat nicht nur im Trio auf, sondern spielte auch solistisch mit Orchester, fügte sich ins Kollektivensemble und andere Formationen ein. Alle konnten so von seinem reichen Erfahrungsschatz profitieren.

Zahlreiche schweizerische und lokale Ur- und Erstaufführungen waren zu erleben: Von Jannik Gigers kitschig-eindrücklicher Installation «Lamento» über die musikalischen Beiträge zur Wissenschaft, die Theaterprojekte sowie die Improvisationen bis hin zu Thomas Kesslers «Lost Song». Das helvetische Musikschaffen präsentierte sich dabei als aktualitätsbezogen und gerade auch im Performativen lebendig.

Vermittlung

Aus Sicht der Vermittlung hat sich das Durchführungsjahr 2021/22 erfreulicherweise bedeutend anders angefühlt als die beiden vorangehenden Jahre: Veranstaltungen ausserhalb des Festivals konnten erstmals wieder vor Ort anstatt nur online durchgeführt werden. Die Nachfrage nach Schulkursen war wieder da – stärker als wir sie bedienen konnten. Und während dem Festival nahm das Publikum die Gelegenheit wahr, im dafür geschaffenen Raum zu verweilen und zu diskutieren.

Eine der beiden grösseren Neuerungen in der Vermittlung war der transdisziplinäre Abend «Den Sporen auf der Spur». Ein Musikvermittler, ein Biologe, ein bildender Künstler und eine Pilzexpertin führten durch die verflochtenen Themen von zeitgenössischer Kunst und Pilzen. Ein Dutzend Personen hörte Musik, betrachtete Kunstwerke und Pilze, diskutierte, kochte und genoss gemeinsam ein Risotto.

Die zweite grössere Veränderung zu den vorangehenden Jahren stellte der «Cage-Raum» dar. Primäres Ziel war es, Zugänge zum Ideenkosmos des Komponisten John Cage zu

legen. Von dieser Idee ausgehend, hatte der Raum mehrere Funktionen: das Ausstellen und Dokumentieren von Ergebnissen aus Kursen und Online-Aktivitäten; als Raum für Begegnung, Fragen und Austausch; und als Kurslokal für eine Werkeinführung. Das Angebot fand mit 80 Besucher*innen innert viereinhalb Tagen regen Anklang. Mehrere Besucher*innen verweilten ein-zwei Stunden oder kehrten mehrmals zurück.



Der «Cage-Raum» im Festivalzentrum

Auf die ausgeschriebenen Schulkurse «Zufallsmusik» und «Lautsprecherlabor» gingen mehr als zwanzig Anmeldungen ein. Aus Kapazitätsgründen konnte bis jetzt nur ein Bruchteil davon durchgeführt werden; eine Warteliste wird stetig abgearbeitet.

Die «Sprechstunde für neue Musik» wurde erstmals im Radio übertragen: Ausgehend von fünf 90-minütigen Online-Gesprächen (April bis August) entstanden fünf rund 30-minütige Radiosendungen, welche auf Radio RaBe ausgestrahlt wurden und nun im Archiv verfügbar sind. Parallel dazu fand im August erneut der Jungreporter*innen-Workshop statt, der nach fünf Kursnachmittagen ebenfalls in einer halbstündigen Radiosendung mündete.

Das Ensemble RT60 Extended öffnete Ende August die Türen seiner Proberäumlichkeiten für eine öffentliche Probe mit moderiertem Gespräch.

Wie in den vorangegangenen Jahren lancierten wir auch dieses Jahr drei Online-Ausschreibungen in Zusammenarbeit mit der Disquiet Junto, einer internationalen Online-Klangkunst-Community. Die drei «calls for work», die sich thematisch um Ideen des Komponisten John Cage drehten, führten zu knapp 100 Einsendungen von experimentellen Musikstücken.

Inklusive Angebote



«inSENSé» in der Berner Altstadt

Seit 2017 ist das Musikfestival Bern Träger des Labels «Kultur Inklusiv» und setzt sich für die Teilnahme von Menschen mit und ohne Behinderungen am Kulturleben ein. Für jede Festivalsausgabe werden Massnahmen geplant und umgesetzt, welche die Zugänglichkeit der Veranstaltungen und Angebote des Musikfestival Bern verbessern. Die Massnahmen umfassen neben inhaltlichen Zugangshilfen Massnahmen zur Verbesserung des baulichen Zugangs, der Kommunikation und zur Inklusion im Bereich Arbeitsangebote.

Zu den inhaltlichen Zugangshilfen zählten in diesem Jahr eine taktile Führung im Vorfeld der Veranstaltung «Heldendämmerung», in welcher die beteiligten Musiker*innen unter Einbezug einer Person mit Sehbehinderung ihr mobiles Lautsprechersystem tastend erfahrbar machten. Die bei «Translations» vertonten Gegenstände aus dem Swiss Design Market wurden für Menschen mit Sehbehinderung durch eine mündliche Beschreibung der Objekte vermittelt, welche im Vorfeld auf der Website des Festivals zur Verfügung stand. Eine Vorstellung von «OUT Session [roof]» fand als «relaxed performance» statt und richtete sich damit an Menschen, die von einer entspannten Konzertatmosphäre profitieren (z.B. auf Grund ihrer kognitiven / psychischen Behinderung). Es war ausserdem lange geplant, ein Konzert in Gebärdensprache zu übersetzen, um auch Menschen mit Hörbehinderung für das Musikfestival Bern zu interessieren; leider konnte trotz intensiver Bemühungen kein*e geeignete*r Gebärdensprachübersetzer*in dafür gefunden werden.

Das Festivalprogramm wurde in Einfacher Sprache auf der Website veröffentlicht, um auch Menschen anzusprechen, die Schwierigkeiten haben, komplexe Texte zu verstehen. Es wurde ein Trailer in Gebärdensprache produziert, der jedoch auf Grund der abgesagten Konzertübersetzung nur für kurze Zeit veröffentlicht wurde.

Im Bereich der baulichen Zugänglichkeit ist das Festival zum grossen Teil von der Infrastruktur der jeweiligen Spielorte abhängig. Die Rollstuhlgängigkeit der Spielorte wurde im Vorfeld mit einer Person im Rollstuhl getestet und ausführlich auf der Website dokumentiert. Es wurde ein Begleitservice zum und am Veranstaltungsort angeboten, für Situationen, in welchen der Weg zum oder der Aufenthalt am Konzertort ein Hindernis darstellen könnten. Assistenzpersonen konnten die Konzerte des Musikfestival Bern kostenlos besuchen.

Im Bereich der Arbeitsangebote wurde in diesem Jahr erstmals eine professionelle Schulung des Teams des Musikfestival Bern für den Umgang mit Menschen mit Behinderung organisiert. Der Workshop, der von Sensability durchgeführt wurde, konzentrierte sich vor allem auf das Führen von Menschen mit Sehbehinderung, da dies im Rahmen des Projekts «inSENSé» von den freiwilligen Helfer*innen des Festivals übernommen wurde.

Kommunikation & Marketing

Das Festivalsujet wurde wie in den letzten Jahren vom Studio für visuelle Kommunikation Bonsma & Reist entwickelt und griff das Festivalthema «unvermittelt» auf zwei Ebenen auf: Es bestand auf der einen Seite aus breiten Längsstreifen (Teil des Corporate Designs des Festivals), deren tiefblaue Farbe auf Wendungen wie «aus dem Blauen heraus» oder «aus heiterem Himmel» Bezug nahm. Auf der anderen Seite wurde das Thema «unvermittelt» in einer schwer lesbaren Handschrift vermeintlich auf das Plakat gekritzelt, um flüchtig, spontan, – unvermittelt – zu wirken.



Zur Bewerbung des Festivals wurden verschiedene Drucksachen produziert, u.a. Plakate in verschiedenen Grössen, ein sehr auflagenstarker Leporello (33'000 Stück) mit einem Überblick über das Programm sowie ein umfassendes Programmheft (9'200 Stück) mit detaillierten Informationen zum Programm und ausführlichem Service-Teil.

Die Verteilung dieser Werbemittel erfolgte zum einen über Versände an den Verteiler des Musikfestival Bern, die Mitglieder des SRF2 Kulturclubs, die News-Abonent*innen von Bühnen Bern sowie als Beilage mit der Schweizer Musikzeitung. Zum anderen wurde das Netzwerk des Festivals für die Verteilung genutzt: Allen Kooperationspartner*innen, Mitwirkenden und Veranstaltungsorten wurde Werbematerial zur Verfügung gestellt und durch diese wiederum aufgelegt, versandt und verteilt.

Eine Plakatkampagne in Bern sowie Präsenz auf den Screens des Berner ÖV erhöhten die Sichtbarkeit des Festivals im öffentlichen Raum. Medienpartnerschaften mit der Tageszeitung Der Bund, dem SRF2 Kulturclub, der Berner Kulturagenda, Radio RaBe, der Schweizer Musikzeitung und der Zeitschrift Musik&Theater ermöglichten eine gewisse mediale Präsenz (on- und offline) im Tausch gegen Werbeleistungen von Seiten des Musikfestivals.

Der regelmässige Newsletter des Festivals an einen stetig wachsenden Verteiler erzielte erfreuliche Opening Rates (Ø 54.2%) und Klick-Zahlen (Ø 5.7%). Die dreisprachige Website www.musikfestivalbern.ch verzeichnete im Zeitraum August/September 2022 12'664 Besuche (2021: 10'409). Im Bereich Social Media (Facebook, Instagram) wurden in diesem Jahr aufgrund fehlender personeller Ressourcen nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft.

Medienresonanz

Die Medienarbeit des Musikfestival Bern zielt in der Regel auf eine Präsenz in regionalen Medien sowie nationaler und internationaler Fachpresse.

Die regionale Medienarbeit gestaltete sich in diesem Jahr jedoch sehr herausfordernd. Nach personellen Wechseln in der Berner Tageszeitung «Der Bund» muss der Kontakt neu aufgebaut werden. Die Mitte August geplante Medienorientierung wurde mangels Anmeldungen abgesagt.

Wenige Tage vor dem Festival wurde dann doch eine Vorberichterstattung in den beiden Berner Tageszeitungen «Der Bund» und «Berner Zeitung» inkl. Regionalausgaben veröffentlicht. Die Berner Kulturagenda kündigte die Veranstaltungen des Musikfestival Bern in zwei Artikeln an. Das Berner Lokalradio RaBe sendete im Rahmen einer Medienpartnerschaft bereits im Vorfeld mehrere Sendungen zu ausgewählten Themen des Festivals.

Nationale Reichweite erreichte das Musikfestival Bern durch Berichte im Magazin Musik&Theater, in der Fachzeitschrift «Bildung Schweiz» sowie in der Schweizer Musikzeitung (nur online). Zwei Konzerte im Rahmen des Festivals wurden vom Schweizer Radio SRF2 Kultur aufgezeichnet und werden zu einem späteren Zeitpunkt im Rahmen der Sendung «Neue Musik im Konzert» ausgestrahlt.

Anzahl Clippings Total:	98
Print	22
Radio/Fernsehen	8
Online	36
Social Media	32

Der vollständige Medienspiegel wird auf Nachfrage bei Elke Lohmann gerne zugestellt.

Besucher*innenzahlen

Das Musikfestival Bern 2022 mit seinen «unvermittelten» Konzerten, Performances, Installationen, Hörspaziergängen und Gesprächen stiess generell auf positive Resonanz. Von den insgesamt 31 Veranstaltungen mit Ticketverkauf waren vier ausverkauft, die restlichen gut bis sehr gut besucht. Die Gesamtauslastung betrug 78%, wobei es dem Musikfestival Bern gelungen ist, ein breites lokales, aber auch nationales Publikum anzusprechen. Gesamthaft wurden 2'410 Eintritte gezählt.

Diese Zahl ist vergleichbar mit dem Vorjahr (2'533), jedoch deutlich tiefer als in den Jahren vor der Corona-Pandemie (2019: 3'526, 2018: 3'108). Obwohl in diesem Jahr keine Beschränkungen der Platzkapazität oder andere Auflagen für rückläufigen Ticketverkauf verantwortlich gemacht werden können, so ist dieser mit grosser Wahrscheinlichkeit dennoch der post-pandemischen Zeit zuzuschreiben: die grosse Fülle an konkurrenzierenden Veranstaltungen auf der einen Seite (inkl. deren Anspruch auf Medienpräsenz) und das zum Teil (noch) zurückhaltende Besuchsverhalten des Publikums auf der anderen Seite.



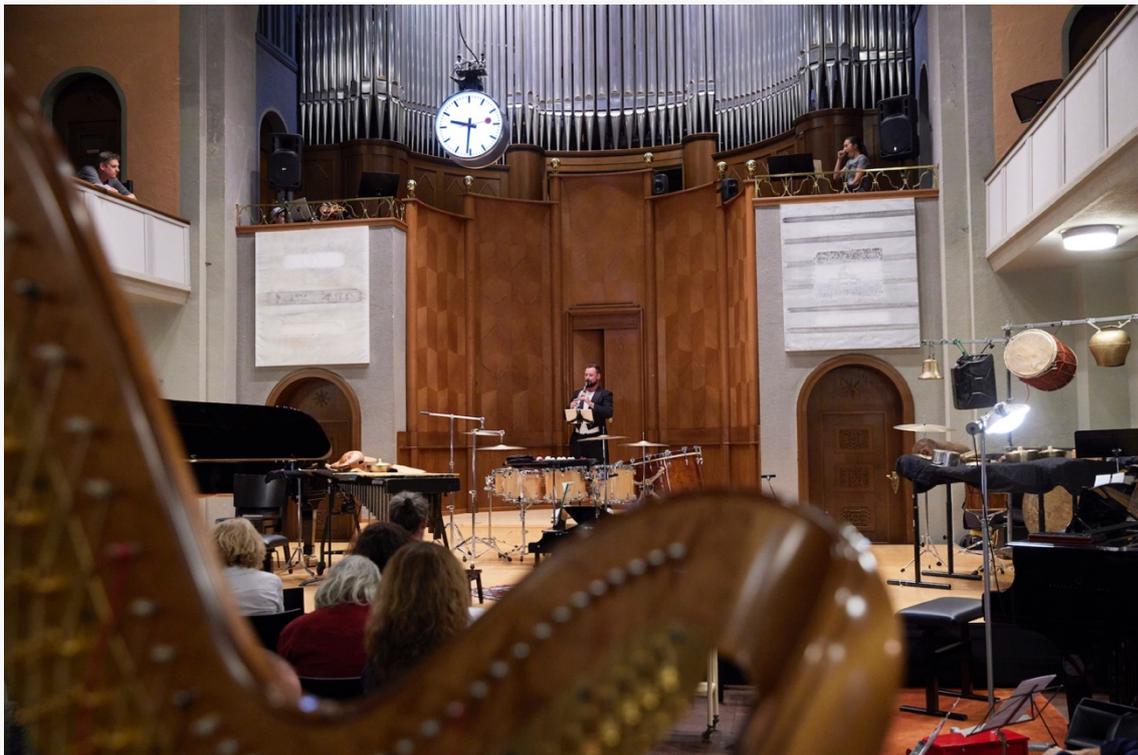
Foyer Dampfzentrale Bern

Organisation

Nach zwei von der Pandemie geprägten Jahren konnten wir uns wie oben angedeutet auf eine «normale» Festivalausgabe freuen. Nichtsdestotrotz war es – passend zum Thema «unvermittelt» – ein besonderes Jahr mit doch einigen unerwarteten Hindernissen. Nach der Kündigung des bisherigen Geschäftsführers des Musikfestival Bern auf Ende April 2022 übernahmen die bisherige Marketing-Verantwortliche Elke Lohmann (ab Mai) und Brigitte Kasslatte (ab Juli) die Co-Geschäftsführung. Die personelle Lücke während zweier Monate war in gewissen Bereichen spürbar, doch konnte dank eines erfahrenen und motivierten Teams bis zum Festival alles gut aufgegleist werden.

Einige unerwartete Hürden mussten trotzdem überwunden werden: Im Frühling musste die Geschäftsführung feststellen, dass das Fundraising-Ziel für die diesjährige Ausgabe leider nicht erreicht werden würde. Gemeinsam mit dem Vorstand und dem Kuratorium wurde aus diesem Grund entschieden, das Dinner-Konzert im Schloss Hol-ligen mit dem Programm «Dialoghi» von Massimo Troiani (1569) abzusagen. Zudem er-fuhren wir im Laufe des Monats Juli, dass die Produktion «REmember the Future» von The Navidsons wegen mangelnder Eigenfinanzierung für die Gruppe nicht realisierbar war. Mit grossem Bedauern entfiel so auch diese Produktion.

Eine weitere Herausforderung war die in der Grossen Halle geplante Veranstaltung «Long John Cage's Walk into the Night». Erst wenige Wochen vor Festivalbeginn er-fuhren wir, dass parallel zur «Cage-Nacht» auf der Schützenmatte vor der Grossen Halle mehrere Rock-/Popkonzerte stattfinden würden. Da die Grosse Halle nicht schalldicht ist und ein Konzert draussen unsere Veranstaltung sehr gestört hätte, musste schnell eine Alternative gefunden werden. Nach einigem Abwägen konnte glücklicherweise auf das Yehudi Menuhin Forum ausgewichen werden. Die Veranstaltung innert kürzester Zeit an den neuen Spielort zu verschieben, war in logistischer und technischer Hinsicht eine sehr grosse Herausforderung für das gesamte Team, das teilweise an seine Grenzen gelangte. Schliesslich ging die «Cage-Nacht» mit ihren 52 teilnehmenden Musiker*in-nen und zahlreichen Helfer*innen erfolgreich über die Bühne.



«Long John Cage's Walk into the Night»

Ausblick

Das Motto des Musikfestival 2023 «√» (Wurzelzeichen) steht bereits fest, ebenso der Termin vom 6. bis 10. September 2023. Die Planung und die Eingaben zur Finanzierung laufen bereits auf Hochtouren. Wir freuen uns auf eine inspirierende neue Ausgabe im September 2023!