

Der Sonic Chair – ein neuer Weg zum anspruchsvollen Hörerlebnis

MICHAEL THEEDE

Bei den Fragen, wie die Kulturangebote der Zukunft aussehen könnten, wer die Besucher und Kulturschaffenden von morgen sind und wie sich gar zukünftige Überschneidungen zwischen Kulturnutzung, Kulturproduktion und Kulturgestaltung äußern, sind neue Beteiligungsformen und interaktive Musikwahrnehmung von Bedeutung, um die im Musikbetrieb notwendige innovative Musikvermittlung voranzutreiben.



Abb.1: Der Sonic Chair als Klangessel mit iMac-Touchscreen (© Copyright Institut für kulturelle Innovationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg, 2012 – Alle Rechte vorbehalten)

Der mit mehreren Designpreisen ausgezeichnete *Sonic Chair* ist eine individualistische Multimediastation, die dem Nutzer ermöglicht, die Beschallung selbst auszuwählen (Abb. 1). Dieser Klangessel öffnet Türen für selbstbestimmtes Hören.

Dort sitzt der Hörer mitten im Klang, umhüllt von einer runden Muschel, die eine besonders fein justierte Innenakustik besitzt. Eine speziell entwickelte Körperschallmembran dient als Rückenlehne. Mit Hilfe eines *iMac*-Touchscreens wird der Hörer systematisch durch die Musikgeschichte des 20. und 21. Jahrhunderts hindurchgeführt.

In meinem Beitrag werde ich einleitend musikpsychologische Aspekte heutigen Hörerlebnisses erläutern, anschließend auf sich daraus ergebene Herausforderungen für die Musikvermittlung eingehen und schließlich den *Sonic Chair* als neue Beteiligungsform, interaktive Musikwahrnehmung und Instrument innovativer Musikvermittlung für das Publikum der Zukunft vorstellen.

1. Einleitung – musikpsychologische Aspekte des Hörerlebnisses

Das Musikhörerlebnis findet heutzutage überwiegend über elektronische Medien statt (MAEMPEL 2008: 231; MÜNCH 2008: 266). Diese Kultur der Musikrezeption über musikalische Übertragungsmedien ist das Ergebnis immer weiter fortschreitender technologischer Entwicklungen der vergangenen 135 Jahre wie das Radio, die Stereophonie und das Internet. Die Zweikanal-Stereophonie beförderte die Erforschung psychoakustischer Effekte und deren Ausnutzung in Bezug auf Lokalisation und Raumeindruck. Alle technologischen Entwicklungen führten zu neuen Hörformaten und Audioproduktionstechniken in Begleitung einer eigenen Klangästhetik (MAEMPEL 2008: 231 ff.; SPITZER 2003: 15, 65).

In der heutigen Zeit gibt es eine große Tendenz, alles über Ohrhörer zu hören. Jugendliche hören Musik überwiegend über mobile Tonträger wie MP3-Player. Im Rahmen ihrer Untersuchungen zur alltäglichen Nutzung von Musik stellten Holger Schramm und Reinhard Kopiez (2008) vor Kurzem fest, dass 70 % aller Jugendlichen in Deutschland täglich bis mindestens mehrmals pro Woche einen MP3-Player bzw. iPod nutzen. Sogar 79 % sind bereits im persönlichen Besitz eines MP3-Players/iPods (SCHRAMM/KOPIEZ 2008: 255). Dabei wird Musik oft nebenbei gehört – wie auch bei der herkömmlichen Stereoanlage. Aus den vorliegenden Daten zu Medienbesitz und Mediennutzung ergeben sich für Thomas Münch (2008) folgende Konsequenzen:

- Vergleicht man heutige mit früheren Generationen, haben sich musikbezogene Umgangsweisen aufgrund der Erweiterung der Möglichkeiten musikalischer Erfahrungen vermehrt.
- Die Erwartungen an das Musikhören sind aufgrund völlig unterschiedlicher Nutzungsmotive sehr differenziert zu betrachten. Beispielweise wird vom Radio nicht selten eher Musik erwartet, die wenig Aufmerksamkeit verlangt.
- Die Allgegenwart der Musik führt zu der Gefahr, dass Musik immer weniger ‚intensiv‘ erlebt wird (MÜNCH 2008: 271).

Es gibt aber ‚zwei‘ Modi des Hörens im zeitgenössischen Bereich:

1. Funktionales Hören: Dies ist das Hintergrundhören, Hören in Supermärkten, beim Autofahren oder in anderen Alltagssituationen mit den dazugehörigen Maskierungseffekten (SPITZER 2003: 401ff.). Das funktionale Hören führt zu einer Art des Hörens, wo das Ohr nicht mehr so intensiv gefordert ist. Das Ohr zu ‚fordern‘ ist aber eine grundlegende Voraussetzung zur Rezeption zahlreicher Werke klassischer Musik.
2. Konzentriertes Hören: Dies ist das Hören im Konzert (NOLTZE 2010: 265). Die Konzentration ist für das Hören klassischer Musik von großer Bedeutung (KALIES/LEHMANN/KOPIEZ 2008: 303). Es wird immer wichtiger, Möglichkeiten für konzentriertes Musikhören zu schaffen. Dies betrifft besonders zeitgenössische Musik mit größtmöglichem dynamischem Ambitus – das heißt vom Piano-Pianissimo bis zum Forte-Fortissimo – bzw. breitem Amplitudenspektrum und den damit verbundenen unterschiedlichsten Hüllkurven (SPITZER 2003: 39).

Musikhören ist für zahlreiche Menschen eines der wichtigsten sowie auch zeitlich aufwendigsten Alltagsaktivitäten. Von zentraler Bedeutung hierbei ist die medial vermittelte Musik, die allerdings häufig nur im Hintergrund wahrgenommen wird. Der Musikeinsatz der Hörer ist meistens zielgenau auf ihre jeweiligen Bedürfnisse abgestimmt, wenn auch nicht selten ‚unbewusst‘. Der Besuch eines Konzerts bleibt oft lange in Erinnerung, die ‚beiläufige‘ Radio- oder Tonträgernutzung verliert aber schon kurz danach ihre Wirkung (SCHRAMM/KOPIEZ 2008: 253).

Zu den Motiven der ‚bewussten‘ Nutzung von Musik im Alltag gehören nach Schramm und Kopiez (2009) vor allem das ‚emotionale‘, ‚assoziative‘ und ‚kognitive Involvement‘, also der Wunsch nach intensiv emotionaler, assoziativer und kognitiver Hingabe bzw. Anregung

und Forderung (SCHRAMM/KOPIEZ 2008: 257). Dabei nehmen viele Hörer gerne ‚Backgroundinformationen‘ wie z. B. Programmhefte beim Konzertbesuch zu der ausgewählten Musik in Anspruch, deren Gestaltung allerdings nicht selten Unzufriedenheit erzeugt.

2. Herausforderungen für die Musikvermittlung

Dies führt zu Fragen und Problemen gegenwärtiger Musikvermittlung, die derzeit in aller Munde sind (u. a. ALLWARDT 2010: 283ff.; RAUHE 2008: 196ff.; THEEDE 2007: 225ff., 2010: 218ff.). Allerdings wird der Musikvermittlungsbegriff häufig sehr unterschiedlich verstanden. Er kann nach Allwardt (2010: 283f.) folgendermaßen zusammengefasst werden:

Der Begriff versammelt die Entwicklung und Anwendung von Methoden, Formen und Techniken künstlerischer, reflexiver und kommunikativer Art, deren Ziel es ist, Musik in unterschiedliche gesellschaftliche Kontexte zu bringen. Die weitgefasste Idee hinter dem Begriff vereint die Ausformung differenzierter Formate, um Musik einem heterogenen Publikum zu erschließen, Verständnisbrücken zu bauen und Menschen aller Altersgruppen unabhängig von musikalischer Vorbildung neugierig auf das Kulturgut Musik zu machen und für das Hören von Musik zu sensibilisieren. Künstlerische Praxis, sinnliche Wahrnehmung und gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein immer wieder neu in einen Austausch zu bringen und in Resonanz auf Raum und Zeit eine je eigene Idee und Sprache zu Musik zu entwickeln, ist das Ziel von Musikvermittlung auf unterschiedlichen Ebenen und aus variablen Perspektiven.

Musikvermittlung ist mit der Aufgabe verbunden, Begeisterung für Musik zu wecken und zur Beschäftigung mit ihr anzuregen.

Es ist zu beobachten, dass der Bedarf an ‚neuen‘ Wegen der Musikvermittlung ständig wächst. Dies stellt auch Noltze (2010: 23, 25) fest, der bei den Musikvermittlungsansätzen heutiger Medien-, Musik- und Bildungsinstitutionen eine Tendenz zur Unterforderung durch Vereinfachung der musikalischen Inhalte sowie durch Komplexitäts- und Anstrengungsvermeidung sieht. ‚Innovative‘ und zukunftsweisende Vermittlungsansätze sollten nach seiner Auffassung aber vor allem auf die ‚Vermeidung‘ von Unterforderung abzielen (NOLTZE 2010: 225). Sie sollten folgende Aspekte berücksichtigen:

- Die Ermöglichung einer Gewohnheitsdurchbrechungsanstrengung bezüglich einer oberflächlichen, bereits bekannten und unkonzentrierten Musikrezeption (NOLTZE 2010: 257, 260).

- Die Schaffung von Voraussetzungen, um eine Art Plattform für eine weniger zerstreute Rezeption und einen nichtreduktionistischen Komplexitätsumfang überhaupt zu ermöglichen (NOLTZE 2010: 263).
- Die Zumutung und sogar Anstiftung zu einer positiv verstandenen Anstrengung als Bereitschaft zur Einlassung auf Komplexität mit dem Gegenstand selbst als Ziel und nicht nur der Aneignung von Bildungsgut durch Wissen (NOLTZE 2010: 13f., 24).
- Die Begegnung mit und Einlassung auf Komplexität, die einer Selbstunterforderungsmechanik wie der Angst, etwas nicht zu verstehen, entgegenwirkt (NOLTZE 2010: 192, 260).
- Die Förderung von „Offenohrigkeit“, um auch intensivste Erfahrungen mit Musik zu ermöglichen (NOLTZE 2010: 240).
- Die Förderung der genussvollen Erfahrung von und des entspannten Umgangs mit Komplexität in der Musik (NOLTZE 2010: 233, 272ff.).
- Die Schaffung einer Ahnung von Entdeckungsmöglichkeiten nach der Anfangserfahrung (NOLTZE 2010: 28, 272ff.).

Entsprechend entwickelt Noltze (2010) ein „Trainingsprogramm des ‚guten‘ Hörens“ (NOLTZE 2010: 272), zu dem Folgendes gehört: „Herstellung von Aufmerksamkeit; Kenntnis des Vokabulars und der Syntax, also von Strukturen; Offenheit im Sinne von Komplexitätstoleranz“ (NOLTZE 2010: 272).

3. Der Sonic Chair als Instrument innovativer Musikvermittlung

Das Institut für kulturelle Innovationsforschung an der *Hochschule für Musik und Theater Hamburg*, das daran arbeitet, innovative Musikvermittlungsprojekte ins Leben zu rufen, hat ein Instrument innovativer Musikvermittlung entwickelt, das den genannten Forderungen Noltzes (2010) entspricht: Den *Sonic Chair*, der u. a. auch auf das Klangerlebnis als Hörerlebnis abzielt (FLENDER 2010: 89). Flender (2010: 89) stellt ihn folgendermaßen vor:

In Anlehnung an die Erfahrung, die die Jugendlichen mit einem I-Pod machen, nämlich das Selber-hören-Lernen durch die persönliche Auswahl von Musikstücken aus einem großen Angebot von Hörmöglichkeiten, wurde der Klangessel ‚Sonic Chair‘ entwickelt. Hier hat der Jugendliche – aber auch jeder Erwachsene – die Möglichkeit, sich durch die Klangwelten der Neuen Musik des 20./21. Jh. nach

eigenem Gusto durchzuhören. Nicht die musikgeschichtliche Ausrichtung steht hier im Vordergrund, sondern der ‚Supermarkt‘ der verschiedenen stilistischen Ausrichtungen. In Kooperation mit dem Software-Entwickler Montale wurde ein iMac Touchscreen so programmiert, dass der Hörer in der Klangkugel Hunderte von Klangbeispielen ansteuern kann, die in bester Audioqualität erklingen. Vielleicht gehen die meisten Benutzer zunächst nach dem Zufallsprinzip vor. Gefällt ein Klangbeispiel nicht, so kann schnell ein anderes ausgewählt werden. Man kann sich so durch die Musik des letzten Jahrhunderts ‚durchzappen‘. Findet man aber Gefallen an einem Stück, erhält man sofort Informationen, die auf dem Touchscreen durchgelesen werden können. Hier wird also eine Plattform geschaffen, die die autodidaktische Form des Lernens Neuer Musik unterstützt.

So kann Lernen als erfahrungsbasierter Prozess mit den damit verbundenen Informationsaufnahmen, Bewertungen, Transformationen und Reaktionen stattfinden (GERRIG/ZIMBARDO 2008: 193). Durch Erfahrungen in Form von Musikerlebnissen können sich Hörer hier auch eine fundierte Meinung über ihnen bisher unbekannte Musikrichtungen, Komponisten, Werke oder Interpreten bilden und aufgrund dessen entscheiden, ob sie sich im *Sonic Chair* oder darüber hinaus in ihrer Freizeit weiter mit der entsprechenden Musik beschäftigen möchten oder nicht. Diese innovative Form der Musikvermittlung eröffnet neue Wege, dem zunehmenden Problem des Fehlens von Vorkenntnissen im heutigen Konzertleben entgegenzuwirken (THEEDE 2007: 225ff., 2010: 221).

Der *Sonic Chair* des Instituts für kulturelle Innovationsforschung als ‚musikalische Hörstation‘ befindet sich seit 2008 in der Erprobungsphase und wurde bereits an zahlreichen traditionellen, aber auch neuen ungewöhnlichen Spielstätten im Konzertbetrieb eingesetzt, u. a. im Rahmen des niederländischen Musikfestivals *Gaudeamus Muziekweek* und des Förderprojektes der Kulturstiftung des Bundes *KLANG! – Netzwerk für zeitgenössische Musik in Hamburg* zur innovativen Vermittlung Neuer Musik (RAUHE 2008: 201ff.). In der Anfangsphase hat eine Besucherbefragung im Rahmen von *KLANG!* ergeben, dass der *Sonic Chair* ein Vermittlungstool mit hoher Attraktivität darstellt (THEEDE 2009: 8ff.). Seitdem wird sein Hörangebot ständig ausgebaut und verbessert (FLENDER 2010: 89).

Der *Sonic Chair* öffnet Türen für selbstbestimmtes Hören, das heißt, dank seiner Festplatte hat der Nutzer einen Zugang zu einer großen Menge an Musikwerken, Podcasts und Radiosendungen, auf die man schnell zugreifen kann. Dies ist eine völlig neue Möglichkeit nicht nur bedienungsfreundlicher, sondern auch raum- bzw. platzsparender Musikvermittlung.

Die Entwicklung des *Sonic Chairs* war von Anfang an mit verschiedenen konzeptionellen Entscheidungen verbunden. So wurden

drei Nutzerzielgruppen definiert, die eine völlig unterschiedliche Benutzerführung mit sich bringen, um gleich das für das jeweilige Nutzerniveau am besten geeignete Klangmaterial bereitzustellen und frei und schnell entscheiden zu können, was man länger hören möchte oder nur kurz. Diese sind ‚Experten‘, ‚Einsteiger‘ und ‚Kinder‘.

Die klingende Klangzyklopädie des *Sonic Chairs* ist für Anfänger eher in Epochen gegliedert und die damit verbundenen Erklärungen einfacher gestaltet als die für Experten. Bei jeder Epoche gelangt der Hörer zu einer alphabetisch nach Komponisten geordneten Übersicht der dazugehörigen Musikwerke. Hat er ein Stück ausgewählt, erklingt es und gleichzeitig erscheint eine Detailansicht mit dazugehörigen Informationen. In der Detailansicht kann der User beim Hören ein Foto des Komponisten ansehen und folgende weiterführende Informationen durchlesen: Einen Kurzkommentar zum Werk, die Lebensdaten und das Herkunftsland des Komponisten, seine Biographie, Informationen zur Kompositionsweise und teilweise das Werkverzeichnis. Wer also noch keine Erfahrung mit Neuer Musik hat, bekommt hier einen Überblick über die unterschiedlichen stilistischen Strömungen. Einen besonderen Einstieg in die neuen Klänge zeitgenössischer Komponisten bieten 44 dreiminütige Komponistenportraits. Der Hörer kann teilweise die Partitur des ausgewählten Musikwerkes mitlesen und beliebig darin vor- oder zurückblättern. Im Rahmen des Kinder-Buttons sind zielgruppengerechte, frei erzählte Geschichten eingebaut.

Die beste Vermittlung ist das Erlebnis selbst. Alles Weitere ist Hilfestellung. Aufgrund der besonderen Qualität der Klangrezeption ist der *Sonic Chair* nach dem Life-Erlebnis die intensivste Stufe des Musikhörens. Denn in dieser Hörsituation wird dem Nutzer ein völlig konzentriertes Hören ermöglicht. Der *Sonic Chair* stellt also einen Mini-raum dar, der für konzentriertes Zuhören geschaffen ist. Er bietet eine Mikroakustik, die dem Life-Erlebnis sehr nahekommt, auch wenn Musik als Live-Erlebnis und übertragene Musik physikalisch und als Wahrnehmungsinhalt keinesfalls identisch sind (MAEMPEL 2008: 232). Der *Sonic Chair* entspricht der Forderung Noltzes (2010) nach einer ästhetischen Erfahrung als Möglichkeit, einen offenen, gegenüber Widerständen toleranten, also kreativen Komplexitätsumgang zu trainieren (NOLTZE 2010: 263). Er kann als Mikrobereich angesehen werden, der es erlaubt, Musik in bester Qualität zu hören und zu erleben, um dadurch einen neuen Weg zum anspruchsvollen Hörerlebnis zu ebnen sowie auch breiteren Bevölkerungsschichten den Zugang zu einem weiten Spektrum an Werken Klassischer Musik zu erleichtern

und das Interesse an dem Besuch der damit verbundenen Konzerte zu steigern.

4. Schlussfolgerung

Der *Sonic Chair* ist ein Individualereignis, das Konzert hingegen ein Kollektivereignis. Viele Menschen besuchen gerne ein Konzert. Ein Teil dieser Konzertbesucher wünscht sich aber eine besondere Vorbereitung auf das Konzert.

Kollektiv beschallte Räume und eine individualistisch abgestimmte Musikauswahl können sich ergänzen. Der Konzertbesuch kann beide Bedürfnisse bedienen – erst das Individualerlebnis *Sonic Chair*, dann das Kollektiverlebnis ‚Konzert‘. Denn durch diesen Klangessel ergibt sich die Chance, multimediale Möglichkeiten im Foyer eines Konzerthauses zu nutzen – also nicht nur im Programmheft zu lesen oder, wie es altertümlich früher üblich war, in der Partitur zu lesen. Dies betrifft aber nicht nur ein Konzerthausfoyer, sondern ebenso weitere, auch ungewöhnliche Räume an anderen Konzert- und Festivalspielstätten als Orte der Vorbereitung auf das Konzert. Diese Punkte können optimiert werden in Form einer individualistischen Multimediastation, die einen Miniraum schafft, der besonders auf die individuellen Bedürfnisse des Konzerts zugeschnitten ist und dem Besucher ermöglicht, die Beschallung selbst anzuwählen und dadurch ‚sein eigener Intendant‘ zu sein.

Der Schritt von Klangesseln im Raum mit transitorischer Atmosphäre kann für diese Räume – dies kann auch eine Lounge sein oder ein anderer Ort mit kurzer Muße – zu einer ausgesprochenen Belebung führen, und sie sind perfekte Vermittlungstools. Entsprechend hat das Institut für kulturelle Innovationsforschung auch kurze Hörformate entwickelt, wie zum Beispiel die bereits erwähnten dreiminütigen Komponisten-Podcasts. Eines hiervon kann man problemlos in der Konzertpause vollständig anhören – im Gegensatz zu einem zweistündigen Musikwerk.

Es reicht aber nicht aus, mehrere dieser Klangessel in das Foyer eines Konzerthauses oder bei Spielstätten von Musikfestivals aufzustellen. Ihr Inhalt müsste auf die Bedürfnisse des Konzertbesuchers abgestimmt und dies von Ort zu Ort justiert werden. Der *Sonic Chair*-Nutzer müsste die Win-win-Situation sehen, sonst verliert er das Interesse.

Aber nicht nur im öffentlichen, sondern auch im privaten Raum gibt es ein großes Potential bezüglich des *Sonic Chairs*.

Das Institut für kulturelle Innovationsforschung wird die Einsatzfähigkeit des *Sonic Chairs* in den kommenden Jahren gezielt erforschen und dabei auch empirisch vorgehen, zum Beispiel durch die Planung und Durchführung von Befragungen. Das Institut ist mit dem *Sonic Chair* allerdings noch ganz am Anfang. Als Forschungsinstitut macht es sich aber weiterhin zur Aufgabe, Räume neu zu denken und innovative Musikvermittlungsprojekte weiterzuentwickeln.

Literatur

- ALLWARDT, Ingrid (2010): Musikvermittlung – Musica Spumante? Von der Kunst, zwischen Tradition und Innovation für Musik zu sensibilisieren und Hörräume zu gestalten. – In: Institut für kulturelle Innovationsforschung (Hg.), *Innovation aus Tradition. Festschrift Hermann Rauhe zum 80. Geburtstag*. Mainz: Schott Music, 283-288.
- BRUHN, Herbert/KOPIEZ, Reinhard/LEHMANN, Andreas C. (Hgg.) (2008): *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- FLENDER, Reinhard (2010): Aus Alt mach Neu, aus Neu wird Alt – die Dialektik der kulturellen Innovation. – In: Institut für kulturelle Innovationsforschung (Hg.), *Innovation aus Tradition. Festschrift Hermann Rauhe zum 80. Geburtstag*. Mainz: Schott Music, 81-92.
- GERRIG, Richard J./ZIMBARDO, Philip G. (2008): *Psychologie*. München: Pearson.
- HELLBRÜCK, Jürgen (2008): Das Hören in der Umwelt des Menschen. – In: Bruhn, Herbert/Kopiez, Reinhard/Lehmann, Andreas C. (Hgg.), *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 17-36.
- INSTITUT FÜR KULTURELLE INNOVATIONSFORSCHUNG (Hg.) (2010): *Innovation aus Tradition. Festschrift Hermann Rauhe zum 80. Geburtstag*. Mainz: Schott Music.
- KALIES, Christoph/LEHMANN, Andreas C./KOPIEZ, Reinhard (2008): Musikleben und Live-Musik. – In: Bruhn, Herbert/Kopiez, Reinhard/Lehmann, Andreas C. (Hgg.), *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Reinbek: Rowohlt, 293-315.
- MAEMPEL, Hans-Joachim (2008): Medien und Klangästhetik. – In: Bruhn, Herbert/Kopiez, Reinhard/Lehmann, Andreas C. (Hgg.), *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 231-252.
- MÜNCH, Thomas (2008): Musik in den Medien. – In: Bruhn, Herbert/Kopiez, Reinhard/Lehmann, Andreas C. (Hgg.), *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Hamburg: Rowohlt, 266-289.
- NOLTZE, Holger (2010): *Die Leichtigkeitslüge. Über Musik, Medien und Komplexität*. Hamburg: edition Körber-Stiftung.
- RAUHE, Hermann (2008): *Musikstadt Hamburg. Eine klingende Chronik*. Hamburg: Ellert & Richter.

- SCHRAMM, Holger/KOPIEZ, Reinhard (2008): Die alltägliche Nutzung von Musik. – In: Bruhn, Herbert/Kopiez, Reinhard/Lehmann, Andreas C. (Hgg.), *Musikpsychologie. Das neue Handbuch*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 253-265.
- SPITZER, Manfred (2003): *Musik im Kopf. Hören, Musizieren, Verstehen und Erleben im neuronalen Netzwerk*. Stuttgart: Schattauer.
- THEEDE, Michael (2007): *Management und Marketing von Konzerthäusern. Die Bedeutung des innovativen Faktors*. Frankfurt/M.: Lang.
- THEEDE, Michael (2009): *Ausstellung und Konzerte im KLANG!-Container. Bericht der Besucherbefragung im KLANG!-Container*. Hamburg: Institut für kulturelle Innovationsforschung.
- THEEDE, Michael (2010): Modernes Konzerthausmanagement – Innovation aus Tradition. – In: Institut für kulturelle Innovationsforschung (Hg.), *Innovation aus Tradition. Festschrift Hermann Rauhe zum 80. Geburtstag*. Mainz: Schott Music, 213-227.