

ACT zeitschrift für musik & performance

**Musikalische Flashmobs –
Funktioniert der öffentliche Raum noch als
Bühne?**

(Clara-Franziska Petry)

ACT - Zeitschrift für Musik und Performance (2020), Nr. 9

www.act.uni-bayreuth.de

Musikalische Flashmobs – Funktioniert der öffentliche Raum noch als Bühne?

Zusammenfassung

Dieser Aufsatz diskutiert die Krise des fehlenden Nachwuchspublikums in der klassischen Musik, insbesondere dem Musiktheater, und bietet einen Überblick über Projekte außerhalb des Stadt- und Staatstheaters. Ausgehend von Open-Air-Konzerten sollen musikalische Flashmobs vorgestellt werden, deren Ziel es ist, Passanten rein zufällig anzusprechen. Die Untersuchung des Repertoires wird eine Kanonbildung sichtbar machen, die mit akustischen Vorteilen beim Bespielen des öffentlichen Raumes zusammenhängt. Arien aus der Oper *La Traviata* oder Ravels *Bolero* verfügen zum Beispiel über besonders wirksame Einsätze, die schnell die Aufmerksamkeit von Menschenmassen erlangen. Nach einer historischen Einordnung des Flashmobs als Phänomen digitaler Mobilisierung soll seine heutige Krise im Zusammenhang mit seiner Kommerzialisierung diskutiert und die Aufführungssituation mit der ursprünglichen Idee des Flashmobs verglichen werden. Durch die Ankündigung des Flashmobs gibt es keine unvorbereiteten Passanten mehr, sondern Zuschauer, die mit der Handykamera den angekündigten Moment erwarten. Der Begriff des Flashmobs scheint bereits überholt, das Konzept dahinter bleibt dennoch als Strategie, fehlendes Publikum im städtischen Alltag zu suchen. Während der Flashmob Hauptbahnhöfe wählt, um möglichst viele Passanten zu erreichen, wird bei Projekten wie *Oper für Obdachlose*, *La Bohème im Hochhaus* oder *Eichbaum Opera* der Bahnhof zum Passagenraum für kulturelle und soziale Diversität. Der Aufsatz diskutiert Vor- und Nachteile solcher Projekte und rückt dabei sowohl interkulturelle Publikumsentwicklungen in den Vordergrund, als auch Inszenierungsstrategien von Youtube-Videos, an dessen Rezipienten sich Flashmobs maßgeblich richten.

Musical Flashmobs – does Public Space still works as a stage?

Abstract

This essay discusses the crisis of the lack of young audiences in classical music, especially music theatre, and provides an overview of projects outside the municipal and state theatres. Based on open-air concerts, musical flashmobs will be presented, the aim of which is to address passers-by purely by chance. The investigation of the repertoire will reveal a canon formation that is connected with acoustic advantages when playing in public space. Arias from the opera *La Traviata* or Ravel's *Bolero*, for example, are particularly effective in quickly attracting the attention of crowds. After a historical classification of the flashmob as a phenomenon of digital mobilization, its current crisis will be discussed in connection with its commercialization and the performance situation will be compared with the original idea of the flash mob. With the announcement of flashmob, there are no more unprepared passers-by, but spectators who expect the announced moment with the mobile phone camera. The concept of flashmob already seems outdated, but the concept behind it remains a strategy of searching for missing audiences in everyday urban life. While the flashmob chooses main stations to reach as many passers-by as possible, projects such as the *Opera for the Homeless*, *La Bohème in a Skyscraper* or *Eichbaum Opera* turn the station into a passage for cultural and social diversity. The essay discusses the advantages and disadvantages of such projects and focuses on intercultural audience developments as well as on the staging strategies of Youtube videos, the recipients of which are addressed by flashmobs.

Musikalische Flashmobs – Funktioniert der öffentliche Raum noch als Bühne?

Der vorliegende Aufsatz diskutiert die Krise des fehlenden Nachwuchspublikums klassischer Musik und bietet einen Überblick über Projekte außerhalb des Stadt- und Staatstheaters, die dieser Krise beizukommen bemüht sind. Hierbei soll das Phänomen Flashmob hinsichtlich seines Potentials überprüft werden, inwiefern der Flashmob junge Rezipienten ansprechen und der öffentliche Raum als Bühne für klassische Musik funktionieren kann. Zunächst werden Faktoren aufgezählt, die für das fehlende Nachwuchspublikum in der klassischen Musik verantwortlich gemacht werden können, um in einem nächsten Schritt unterschiedliche Aufführungen im Stadtraum vorzustellen, die mit spezifischen Inszenierungsstrategien die zuvor benannten Faktoren zu überwinden versuchen. Analyseschwerpunkt dieser Arbeit ist der Flashmob, dessen Entstehung sowie seine ursprüngliche Funktion und sein medialer Boom. Nach einer ersten Kontextualisierung und Reflexion über jene Aspekte wird daraufhin die zurückgehende Beliebtheit musikalisch motivierter Flashmobs erläutert.

Das fehlende Nachwuchspublikum: Eine Krise der Rezeptionsbedingungen

Der Kulturwissenschaftler Martin Tröndle bezieht sich in seinem Sammelband *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form* auf Studien, die die anfänglich behauptete Krise eines fehlenden Nachwuchspublikums bestätigen und sieht die Problematik in der jeweiligen Darbietungsform klassischer Musikformate begründet.¹ Tröndle zufolge seien jüngere Generationen an die Rezeptions- und Aufführungsbedingungen von Popkonzerten gewöhnt, deren Besuche andere Verhaltensregeln normieren, wodurch die Praxis des In-die-Oper-Gehens als fremd empfunden wird. Auch der Soziologe Gerhard Schulze schreibt in diesem Zusammenhang:

Die Generationen, die in ihrer Jugend Popmusik noch nicht kannten [...] und die zwangsläufig stärker mit klassischer Musik sozialisiert wurden als die heutige Jugend, entwachsen nach und nach dem Publikum. [...] Die nachrückenden Generationen haben eine völlig andere

¹ Martin Tröndle (Hg.), *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*, Bielefeld 2009, S. 21.

musikalische Sozialisation erlebt, in der Pop- und Rockmusik in der Regel die Hauptrolle spielt und der Bezug zu klassischer Musik tendenziell immer geringer wird.²

In seinem Aufsatz *Entwicklungsperspektiven zwischen Publikumsschwund und Publikumsentwicklung* stellt der Musikwissenschaftler Heiner Gembris fest, dass das Durchschnittsalter des Konzertpublikums klassischer Musik zwischen 55 und 60 Jahren liegt.³ Anhand von Studien weist er nach, dass das Interesse für klassische Musik nicht mit zunehmendem Alter steigt, sondern dass es sich vielmehr um einen Generationenkonflikt handelt, bei dem nachrückende Generationen eine völlig andere musikalische Sozialisation erleben als die vorherigen. Die Einflüsse von Pop- und Rockmusik entwickeln sich während ihres Heranwachsens für sie in der Regel zur primären musikalischen Referenz, während der Bezug zu klassischer Musik immer geringer wird.⁴ Die Aufführungsbedingungen dieser Musikrichtungen werden in beiden Fällen als Hauptursachen für das fehlende Nachwuchspublikum angesehen, weshalb der Raumfaktor für eine Analyse vordergründig betrachtet werden muss. Konzerte klassischer Musik werden in Konzert- oder Opernhäusern aufgeführt, für deren Eintritt zunächst ein Ticket gekauft werden muss. Diese finanziellen Bedingungen ermöglichen primär privilegierteren Schichten Zugang zu diesen kulturellen Einrichtungen. Doch da die Eintrittspreise für Popkonzerte meist erheblich teurer sind, kann die finanzielle Situation des Einzelnen hier folglich nicht als einzige Ursache angeführt werden. Wird in diesem Zuge von privilegierten Schichten gesprochen, so muss mithilfe Bourdieus Differenzierung unterschiedlicher Formen des Kapitals neben dem ökonomischen Kapital auch das kulturelle, beziehungsweise das soziale Kapital in Betracht gezogen werden. Auch die bestehende Hürde, ein Konzerthaus zu betreten, das fehlende Wissen über die Praxis des In-die-Oper-gehens, welches auch in höheren sozialen Schichten nicht mehr selbstverständlich ist, beeinflussen das Publikumsverhalten. Immer häufiger lassen sich im Internet Ratgeber finden, die Anweisungen zum Verhalten während eines Konzerts klassischer Musik liefern.⁵ Dies ist keine neuartige Erscheinung. Ein Blick auf die Geschichte des Konzerts generell verdeutlicht, dass auch vor dem Zeitalter des

² Gerhard Schulze, „Die Erfindung des Musik-Hörens“, in: *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 45–52.

³ Heiner Gembris, „Entwicklungsperspektiven zwischen Publikumsschwund und Publikumsentwicklung. Empirische Daten zur Musikausbildung, dem Musikerberuf und den Konzertbesuchern“, in: *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 61–82, hier S. 66.

⁴ Ebd., S. 68.

⁵ Anne Schüssler, „Kleine Anleitung für Konzertbesucher“, in: *Homepage Anne Schüssler*, <http://anneschuessler.com/2013/11/13/kleine-anleitung-fur-konzertbesucher/> (Zugriff: 14.12.2018); sowie Christopher Stanik, „100 absolute Konzert No-Go's“ [sic], in: *Allesgelingt. Blog*: <http://www.allesgelingt.de/blog/100-absolute-konzert-no-gos-was-ist-erlaubt-und-was-nicht.html> (Zugriff: 14.12.2018).

Internets Verhaltensregeln wie beispielsweise das Gebot der geschlossenen Türen auf Konzertzetteln abgedruckt wurden.⁶ Das Publikum musste zunächst für die konstituierten Verhaltensregeln sensibilisiert werden, genauer gesagt, die Zuhörerschaft wurde zum stillen Zuhören erzogen. Die heutigen Verhaltensnormen und Regeln in Konzert- und Opernhäusern mussten sich auch erst im 18. Jahrhundert etablieren und folgen demnach keiner der Sache geschuldeten Notwendigkeit.⁷ Heute herrscht ein Kleidungskodex, die Garderobe ist im Foyer abzugeben, bevor der Gong ertönt, der auffordert, sich im Konzertsaal einzufinden. Das Schließen der Türen und das Ausgehen des Lichtes markieren den Beginn der Aufführung, wodurch der Fokus auf die Bühne gerichtet wird. Während des Konzerts darf nicht gesprochen werden und es herrschen bestimmte Regeln darüber, zu welchem Zeitpunkt geklatscht werden darf und in welchen Momenten es als unangebracht und störend empfunden wird. Diese Normen entwickelten sich erst im Laufe der Zeit. Der Schlussapplaus setzte sich beispielsweise erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts als eine generelle „Entladung der Körperlichkeit, die Regeln überschreitet, [...] durch.“⁸ Eine Betrachtung der historischen Rezeptionsbedingungen im Konzerthaus offenbart, dass die vermeintlich weniger strengen Regeln, die heute für die Popmusik gelten, früher auch für klassische Musik üblich waren. Vor allem die Tatsache, dass ein „Sprech-, Ess-, Trink- und Flanierverbot“ überhaupt nötig war, zeigt, dass es bis zur Festschreibung jener Regulierungen üblich war, sich während eines Konzerts frei zu bewegen, zu essen, zu rauchen oder sogar Karten zu spielen.⁹ Die Veränderung der Verhaltensnormen im Konzerthaus muss demnach im Zusammenhang mit der Herausbildung des Konzertwesens als bürgerliche Musikkultur gelesen werden, die wiederum eng mit dem Ideal der autonomen Musik zusammenhängt.¹⁰ Um dem Anspruch der autonomen Musik gerecht zu werden und eine Konzentration auf die Ausführung des Werkes zu gewährleisten, wurden im Zuge einer Konzertsaalreform im 19. Jahrhundert die Verhaltensregeln innerhalb des Konzertsaales

⁶ Peter Schleuning (Hg.), *Das 18. Jahrhundert. Der Bürger erhebt sich. Geschichte der deutschen Musik*, Hamburg 1984, S. 182.

⁷ Für eine historische Darstellung des Verhaltens im Konzertsaal siehe Clara-Franziska Petry, *Doing pop, doing music, doing mixes genres. Performative Identitäten und ihre Verhandlung in Praxen der Verschränkung von E- und U-Musik* [Dissertation 2019, Veröffentlichung in Vorbereitung].

⁸ Bettina Brandl-Risi, „Feier des Publikums. Zur Herstellung von Gemeinschaften zwischen Andacht und Partizipation“, in: *Theater als Fest. Bayreuth und die moderne Festspielidee*, hg. von Clemens Risi, Leipzig 2010, S. 198–217, hier S. 206f.

⁹ Diese Beobachtungen gehen aus den Reisetagebüchern des Johann Friedrich A. von Uffenbach und aus einem Erfurter Bericht über die 1760er Jahre hervor. Vgl. dazu Schleuning 1984, S. 180.

¹⁰ Hanns-Werner Heister (Hg.), *Das Konzert. Theorie einer Kulturform*, Wilhelmshafen 1983, S. 25.

festgelegt.¹¹ Die Aktivität der Zuschauenden beschränkte sich auf die Rezeption eines konzentrierten Zuhörens. Der Rezipient vollzog Prozesse und Gehalte der Musik durch Emotion statt durch Motion nach.¹² Der Konzertsaal wurde für die Versammlung einer bürgerlichen Öffentlichkeit genutzt. Diese „ideologische Seite des Konzerts und dessen gesellschaftliche Funktion“ wirken heute noch nach, sobald ein Konzert- oder Opernbesuch zu einer elitären Veranstaltung wird, die zur sozialen Distinktion gegenüber anderen Schichten dient.¹³ Dabei leistet die Versammlung im Konzert noch heute einen Beitrag zur Konstruktion einer bürgerlichen Identität. Sich problemlos im Rahmen der Verhaltensregeln zu bewegen, bedeutet, sich der gesellschaftlichen Gruppe des Bürgertums zugehörig zu finden. Der Mangel des Know-hows, von dessen Existenz der Poprezipient nur ahnt, oder an dessen Fehlen er sich schmerzlich zurückerinnert, weil er in einer solchen Konzertsituation durch sein die Normen missachtendes Verhalten wie beispielsweise das fehlerhafte Klatschen zwischen den Sätzen einer Sinfonie, spürte, nicht zu jener vermeintlichen Elite-Kultur zu gehören sowie das lähmende Gefühl des Ausgeschlossenseins liefern den Poprezipienten schutzlos den sozialen Zwängen einer gesellschaftlichen Gruppe aus. Das Konzerthaus strahlt eine Aura von abgehobener Elite-Kultur aus und wird somit zum Sinnbild einer Klassengesellschaft. Auch Rezipienten, die das ökonomische Kapital für ein Ticket und die angemessene Abendgarderobe besitzen, sprich, das Bestehen in einer solchen Gesellschaftsgruppe gewährleisten könnten, schrecken vor den architektonischen Bauten zurück. Es sind die von dem Soziologen Erving Goffman erforschten Rahmenbedingungen, das Anpassen der Erwartungshaltung sowie das Definieren der Situation, um Verhaltenssicherheit zu suchen,¹⁴ die den Poprezipienten zur klassischen Musik auf Distanz halten. Tröndle betont, dass die Architektur von Konzerthäusern nicht an die Rezeptionsbedingungen der heutigen Generationen angepasst ist.¹⁵ Dabei erzwingen nicht nur die Anordnung von Bühne und Zuschauersaal eine bestimmte Rezeptionshaltung. Auch die topografische Verortung eines Konzert- oder Opernhauses im Stadtraum spiegelte immer schon den gesellschaftlichen Stellenwert der Musik im

¹¹ Vgl. Tröndle, *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 23.

¹² Vgl. Heister, *Das Konzert* (s. Anm. 10), S. 188.

¹³ Ebd., S. 100.

¹⁴ Miriam Dreyses, „Die Aufführung beginnt jetzt. Zum Verhältnis von Realität und Fiktion“, in: *Experten des Alltags: Das Theater von Rimini Protokoll*, hg. von Miriam Dreyses, Berlin 2007, S. 70–100; Erving Goffman (Hg.), *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*, Frankfurt a.M. 1977, S. 32.

¹⁵ Tröndle, *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 37.

Stadtleben wider. Mitten im Zentrum der Stadt stand oder steht dieses repräsentativ für das gesellschaftliche Interesse der Bürger, kulturelle und politische Werte werden als Identifikationsangebot hier in Szene gesetzt.¹⁶

Wenn die vorliegende Arbeit den Flashmob also als ein urbanes Phänomen begreift, so ist die aufgeführte Musik im Konzerthaus in gewisser Weise immer schon ein solches gewesen. In Bezug auf die Architektur scheint sich lediglich die Möglichkeit, Konzerthäuser als erfahrbare Erlebnisse anzupreisen, als eine neue Vermarktungsstrategie zu etablieren. So ist es zum Beispiel möglich, auch ohne den Besitz eines Konzerttickets auf dem Dach der „Osloer Scholle“¹⁷ (Opernhaus Oslo) zu flanieren. Auch die „Plaza“ der Elbphilharmonie in Hamburg avancierte schnell zu einer Touristen-Attraktion und lockt mit ihrem Angebot Passanten an, die ohne Ticket für eine Aufführung das Konzerthaus ‚erleben‘ wollen. Der Soziologe Volker Kirchberg spricht in seinem Aufsatz *Annäherung an die Konzertstätte* in diesem Zusammenhang von „über-gewöhnlichen“ Konzertstätten, die „Kulturflaneure“ besuchen, da sie sich durch eine „Über-Konventionalität“ auszeichnen, die vor allem zu „Citymarketingzwecken und weniger zur Musikvermittlung“ eingesetzt werden.¹⁸

Die bisher angeführten Faktoren, die für eine Krise der klassischen Musik verantwortlich gemacht werden können, beziehen sich also auf architektonische Aspekte (Erlebnisarchitektur, die das Haus von außen erfahrbar macht), innenarchitektonische Aspekte (Austauschmöglichkeit zwischen Bühne und Zuschauerraum), soziale Aspekte (Verhaltensregeln, Kleiderordnung) und ökonomische Aspekte (Eintrittspreise, Kleiderordnung) und zeigen, dass die Aufführung von Musik immer schon mit anderen Faktoren verwoben und von architektonischen und räumlichen Einflüssen beeinträchtigt ist.

Das Potential des Flashmobs wird genutzt, um an den genannten Faktoren anzusetzen. Doch bevor dieses Phänomen ausführlicher betrachtet wird, sollen zwei weitere Strategien genannt werden die in Aufführungen genutzt werden, um ein jüngeres Publikum anzusprechen: Pädagogische und genrestrategische Aspekte.

¹⁶ Das gilt für den Innenraum des Konzerthauses gleichermaßen wie für den Außenplatz. Während die Pegida Demonstranten sich in Dresden vor der Semperoper versammelten, gab es beispielsweise bei der Saisonöffnung der Mailänder Scala im Dezember 2018 (aufgeführt wurde die Oper *Attila* von Verdi) ‚standing ovations‘ für den Staatspräsidenten Sergio Mattarella als Zeichen gegen den Rechtspopulismus in Italien.

¹⁷ Tröndle, *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 166.

¹⁸ Volker Kirchberg, „Annäherung an die Konzertstätte. Eine Typologie der (Un-)Gewöhnlichkeit“, in: *Das Konzert* (s. Anm. 1), S. 160f.

Wie festgestellt wurde, war also zu Beginn der Entwicklung des Konzerts klassischer Musik eine ähnliche Rezeptionshaltung üblich wie bei heutigen Popkonzerten. Musikwissenschaftler Peter Schleuning führt als Beispiel das Leipziger ‚Große Konzert‘ aus dem Jahre 1776 an, von dem der Komponist Johann Friedrich Reichardt Bericht erstattet:

Wir sehen, daß es offenbar nicht sehr fein und geordnet zugeht. Das Konzert wird im Hinterraum einer Gaststätte gehalten, wo heute der Männerchor seine Übungen abhält. Einfache Hohlbauten sind die spezielle Konzerteinrichtung. Man ist beim Spielen nicht sehr still, vielleicht auch manchmal nicht aufmerksam. Das Publikum ist offenbar noch nicht unter der Zuchtrute der Kunst. Die Kleidung ist gemischt.¹⁹

Schleuning beschreibt, dass diese ungezwungene Verhaltensweise zunächst das Publikum anlocken sollte, da es „ja damals noch darum [ging], für die ‚Aufnahme‘ der Musik zu werben. Außerdem bestand ein Interesse an möglichst großen Einnahmen. Man konnte das laute Publikum nicht einfach ausschließen wie in den Gesellschaften, sondern mußte es zunächst für die Musik werben, dann allmählich erziehen.“²⁰ Die sogenannte Krise, von der heute gesprochen wird, wenn es um das fehlende Nachwuchspublikum geht, gab es folglich gleichermaßen zu Beginn der Entwicklung des Konzerts. Eine Lösung muss heute wie damals in der Erziehung, in der pädagogischen Arbeit, gefunden werden. Der Komponist Leonard Bernstein spricht schon 1980 die Probleme der herkömmlichen Konzertpraxis an, die heute das fehlende Nachwuchspublikum zur Folge haben. Er wirft bereits damals die Fragen auf „Was ist eigentlich aus den Konzerten für junge Leute geworden? Und warum haben die Fernsehübertragungen von Orchesterkonzerten ihre erzieherischen Elemente für das Blendwerk von Kamera-Kunststücken aufgegeben?“²¹ Bernstein spricht hier seine Fernsehserie *Young People's Concerts* an, die in den Jahren 1962–1972 als erste Konzertserie im Fernsehen ausgestrahlt wurde. Schon im Jahr 1885 fanden unter dem Dirigenten Theodore Thomas vergleichbare Familienkonzerte statt. Jedoch erst unter Bernsteins Leitung wurden solche Konzerte im 20. Jahrhundert im Fernsehen ausgestrahlt.²² Das Konzept seiner Konzertserie besteht

¹⁹ Schleuning, *Das 18. Jahrhundert* (s. Anm. 6), S. 103f.

²⁰ Ebda., S. 186.

²¹ Leonard Bernstein, „Die Zukunft der Symphonie-Orchester. Referat auf der Jahrestagung der Vereinigung amerikanischer Symphonie-Orchester-Verbände. 18. Juni 1980“, in: *Leonard Bernstein. Ausgewählte Texte*, hg. von Hans Christian Meiser, München 1980, S. 38–52, hier S. 51.

²² „Young People's Concerts“, in: *Wikipedia*, https://en.wikipedia.org/wiki/Young_People's_Concerts (Zugriff: 14.12.2018).

aus einem Wechsel von Musikvermittlung und Musikaufführung. Bernstein übernahm die Funktion des Entertainers, der die aufgeführten Stücke dem Publikum durch Moderation und musikalische Demonstrationen kleiner Einheiten näherbrachte. Fast jedes Konzert- und Opernhaus in Deutschland verfügt heute über eine Abteilung für musikpädagogische Vermittlung, elementare Musikpädagogik wird zunehmend auch als Studiengang angeboten. Der entscheidende Punkt für den Erfolg von Leonard Bernsteins *Young People's Concerts* war die mediale Ebene. Musikpädagogische Programme, die sich an Konzertstätten ansiedeln, erreichen nur diejenigen Rezipienten, die sich in irgendeiner Weise bereits zuvor für klassische Musik interessierten. Dies ist ein weiterer Punkt, an dem das Phänomen Flashmob ansetzt, da dieser auf unwissende Passanten im Stadtraum trifft.

Bernsteins Fernseh-Reihe erreichte mit ihrem musikpädagogischen Programm die Menschen zuhause vor den Bildschirmen. Medienangebote ähnlicher Art gibt es heute kaum noch und wenn,²³ so tritt der „Bestätigungsfehler“ in Kraft, der die Neigung des Rezipienten offenbart, nur jene Informationen bewusst auszuwählen, die seinem eigenen Weltbild entsprechen.²⁴ Rezipienten, die sich nicht für klassische Musik interessieren, werden eine Sendung über klassische Musik allein wegen des Titels der Sendung oder ihres Senders ausschließen.

Dieses genregleitete Verhalten der Rezipienten kann von Crossover-Konzepten beeinflusst oder verändert werden. Um klassische Musik in ihrer Rezeption attraktiver zu gestalten, muss eine Annäherung von E- und U-Musik ermöglicht werden. Beispiele dafür lieferten die Konzertreihe von Pavarotti and Friends (1992-2003) oder aber Konzertformate, mit denen beispielsweise der Geiger David Garrett assoziiert wird.²⁵ Crossover-Konzepte bringen ein ähnliches Paradox in Bezug auf die geschichtliche Einordnung mit sich wie die Verhaltensregeln im Konzertsaal. Der Musikwissenschaftler Michael Custodis verfolgt in seinem Werk *Klassische Musik heute. Eine Spurensuche in der Rockmusik* die Diagnosen zur Vielschichtigkeit der Musik zurück bis zur antiken Musikgeschichtsschreibung.²⁶ Die Vermischung von E- und U-Musik ist so alt wie ihre Zweiteilung, weshalb Custodis den Terminus

²³ Aufzählung und Betrachtung der vorhandenen Internet- und Fernsehangebote mit musikpädagogischem Programm, siehe Petry, *doing pop* (s. Anm. 7).

²⁴ Rüdiger F. Pohl (Hg.), *Cognitive Illusions. A Handbook on fallacies and biases in thinking, judgement and memory*, New York 2004, S. 93.

²⁵ Vgl. Petry, *doing pop* (s. Anm. 7).

²⁶ Michael Custodis (Hg.), *Klassische Musik heute. Eine Spurensuche in der Rockmusik*, Bielefeld 2009, S. 9, 14.

Crossover vermeiden möchte: „Denn terminologisch unpräzise gefasst, basieren sie primär auf Marketingstrategien der Tonträgerindustrie und werden in regelmäßigen Abständen wiederbelebt, um Verbindungen von vorgeblich Unvereinbarem zu bewerben.“²⁷ Die enge Bindung der Musikindustrie an den Crossover-Begriff und die Festlegung, den Begriff in die E-Musik einzuordnen, wird schließlich von der Verwertungsgesellschaft GEMA oder durch Grammy- oder Echo-Verleihung institutionalisiert.²⁸ Eine genauere Analyse von solchen Phänomenen zeigt, dass die Vermischung von E- und U-Musik vor allem auf performativer Ebene erzeugt wird.²⁹ Ein besonders modischer Kleidungsstil reicht oftmals aus, um im Bereich des Pop rezipiert zu werden. Konzerte wie die „Yellow Lounge“, eine Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Deutschen Grammophon, bei der klassische Musik aus dem Konzertsaal in einen Club-Kontext aufgeführt wird³⁰, sind ein prägnantes Beispiel für den Versuch einer Vermischung jener Musikrichtungen. Zu nennen wäre in diesem Zusammenhang zudem das monatliche Late-Night-Format „ARTE Lounge“, das unter dem Motto ‚Classic goes Clubbing‘³¹ Aufführungsorte unterschiedlicher Clubs meist in Berlin auswählt und hieran zeigt, dass der Veranstaltungsort zu einer entscheidenden Inszenierungsstrategie wird, um eine andere Rezeptionshaltung zu ermöglichen und damit ein jüngeres Publikum zu erreichen. Klassische Musik aus dem Konzert- und Opernhaus zu befreien und im Stadtraum aufzuführen, kann als pädagogische Strategie angesehen werden, architektonische- und innenarchitektonische sowie soziale und ökonomische Aspekte zu überwinden und ein anderes Publikum anzusprechen, wobei hier oftmals auch genrespezifische Aspekte eine Rolle spielen, die es im Bereich der Kanonbildung im musikalischen Flashmob noch zu untersuchen gilt. Vermarktet werden diese Strategien unter dem Titel Open-Air-Konzerte, wobei dieses Format auch rein praktische Vorteile bietet, wie beispielsweise an heißen Sommertagen nicht-klimatisierte Räume zu vermeiden. Projekte wie *Oper für Obdachlose*³², *La Bohème im Hochhaus*³³ oder aber das Projekt

²⁷ Ebda., S. 19.

²⁸ Ebda., S. 20.

²⁹ Vgl. Petry, *doing pop* (s. Anm. 7)

³⁰ Vgl. Tröndle, *Das Konzert* (s. Anm. 1).

³¹ „Arte Lounge“, in: *Wikipedia*, https://de.wikipedia.org/wiki/Arte_Lounge (Zugriff: 14.12.2018).

³² „Oper für Obdachlose - lebenswürdig - Kunstperformance im Hauptbahnhof - Stadtmission - rbb“, in: *YouTube*, https://www.youtube.com/watch?v=D9kY_y9LGB4 (Zugriff: 14.12.2018).

³³ „La Bohème im Hochhaus - «O Dio! Mimi»“, in: *YouTube*, https://www.youtube.com/watch?v=bFBekG_goC4 (Zugriff: 14.12.2018).

*Eichbaum Oper*³⁴, nutzen den Stadtraum als „Passagenraum“³⁵ und ermöglichen Anknüpfungspunkte zwischen unterschiedlichen sozialen Schichten. Hinsichtlich des Veranstaltungsortes wird hier also bewusst ein Rahmenbruch im Sinne Goffmans vollzogen. Eine Umwandlung der Rahmenbedingungen von U-Musik in den konventionellen Kontext von E-Musik geschieht beispielsweise, wenn DJ Paul von Dyk in der Bayerischen Staatsoper auflegt.³⁶ Ausschlaggebend für diese Ortswechsel sind die sich verändernden Rezeptionsmöglichkeiten. Wird Verdis Oper *La Traviata* im Hauptbahnhof in Zürich gespielt,³⁷ dann sind die Passanten Akteure inmitten des Geschehens und können ohne Ticketkauf und Veranstaltungshinweis plötzlich Teil einer Aufführung werden. Sie können sich von der Aufführung entfernen oder sich ihr nähern, sie zahlen keinen Eintritt und können so den Stadtraum in einem neuen Kontext erfahren. Diese Strategie der unvorbereiteten Kontaktnahme ist auch für den Flashmob essentiell.

Der Flashmob als Aufführung

Flashmobs entstehen durch momentan auftauchende Menschenmengen, die sich zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort treffen, um dort eine bestimmte Aktion auszuführen und dann sofort wieder auseinandergehen. Das Wort „flash“ zielt dabei auf das blitzartige Entstehen und Auseinandergehen der Aktion ab; das Wort „mob“ kann als „Meute“ oder „Pöbel“ übersetzt oder aber von dem Wort „mobilis“ (beweglich) abgeleitet werden.³⁸ Ziel eines Flashmobs ist es, Passanten zu schockieren, zu „flashen“. Damit möglichst viele Menschen teilnehmen können und der Flashmob möglichst viele Passanten erreicht, wird immer ein Ort gewählt, der im gesellschaftlichen Mittelpunkt steht. Verabredet wird dieser Ort über Internetplattformen.

Flashmobs sind kurze, scheinbar spontane Menschenaufläufe auf öffentlichen und halböffentlichen Plätzen, die über Weblogs, Newsgroups, SMS, E-Mail-Kettenbriefe und sogar eigens dafür kreierte Webseiten organisiert werden. Die Teilnehmer treffen sich an einem Ort, an dem sie weitere Instruktionen über den eigentlichen Aktionsort und Ablauf

³⁴ „Kultur.21 | Ein U-Bahnhof wird zum Opernhaus. DW Deutsch“, in: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=UPG5y-nAfgM> [zuletzt aufgerufen am 20.12.2018].

³⁵ Annika Wehrle, *Passagenräume. Grenzverläufe alltäglicher und performativer Praxis im Theater der Gegenwart*, Bielefeld 2015.

³⁶ Hermann Weiß, „Paul van Dykmeets Verdi“, in: *Die Welt* (26.07.2013).

³⁷ „La Traviata am Hauptbahnhof Zürich“, in: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=OsyIuaVKnXw> (Zugriff: 14.12.2018).

³⁸ Alexander Willrich, *Flashmob. Die Zurückeroberung des öffentlichen Raums*, Norderstedt 2008, S. 3.

des Flashmobs bekommen. Typisch für Flashmobs sind die blitzartige Bildung des Mobs aus dem Nichts, das idente Handeln im Mob (zum Beispiel applaudieren, telefonieren mit gleichen inhaltlichen Texten), und die schlagartige Auflösung nach wenigen Minuten. Ob ein Flashmob erfolgreich verläuft oder nicht, hängt ganz vom Überraschungseffekt ab, mit dem der Flashmob die nicht eingeweihten neutralen Betrachter trifft.³⁹

Für den Flashmob im ursprünglichen Sinne ist die leibliche Kopräsenz von Zuschauern und Akteuren im Sinne Fischer-Lichtes entscheidend.⁴⁰ Aus dem überwältigten Zuschauer, der das Phänomen des Flashmobs noch nicht kennt, zieht der Flashmobakteur seine Energie. Er erfreut sich an dem Schockmoment, den er hervorgerufen hat und empfindet den „Flash“ als gelungenes Erlebnis. Ein Flashmob dagegen, der aufgrund räumlicher Bedingungen oder aufgrund von Desinteresse keine Zuschauer erreicht, ruft konsequenterweise keinen Schockmoment hervor und gilt aufgrund der fehlenden Resonanz als misslungen. Nicht nur erfahren sich die Flashmobakteure als eine Gemeinschaft, sondern sie beziehen den Zuschauer auch in diese Gemeinschaft mit ein. Das wechselseitige Verhältnis und die Abhängigkeit von Akteur und Zuschauer sind dabei Bestandteil der Aktion. Es ist also, über die leibliche Kopräsenz von Zuschauern und Akteuren hinaus, die Bildung einer „feedback-Schleife“⁴¹ erwünscht. Dieser Fokus auf die leibliche Kopräsenz und die Feedback-Schleife des Live-Moments entfällt jedoch, sobald die Aufzeichnung des Flashmobs für Internetplattformen wie Youtube in den Vordergrund rückt. Denn zunächst einmal ist das Erleben des Flashmobs vor Ort das konstituierende Moment jenes Phänomens. Hier trifft die Minimaldefinition des Kulturkritikers Eric Bentley zu, bei der A (Flashmob-Akteur) B (individuelle Flashmob-Aktion) spielt, während C (unwissender Passant) zuschaut, weshalb der Flashmob als Aufführung definiert werden kann. Entstanden sein könnte der Flashmob aus verschiedenen Kunstbewegungen. Zu nennen sind zum einen der Dadaismus, der sich bewusst gegen etablierte Ordnungen stellt und den Sinnverlust der eigenen Kultur thematisiert, und zum anderen die ‚Happening‘-Bewegung, welche eine Aktion in Gang bringt, deren Ablauf ganz von der Reaktion des Publikums abhängt. Im Grunde können alle Kunstbewegungen, die zwischen den Jahren 1910 bis 1925 stattfanden, als Einfluss auf die Entstehung des Flashmobs angesehen werden. Der amerikanische

³⁹ Andreas Dafert, „Der Flashmob“, in: *Website der Universität Wien*, www.unet.univie.ac.at/~a9802147/Flashmob1.doc (Zugriff: 28.12.2011).

⁴⁰ Erika Fischer-Lichte, *Ästhetik des Performativen*, Frankfurt a.M. 2004, S. 47.

⁴¹ Ebda., S. 100.

Sozialwissenschaftler Howard Rheingold erläutert in seinem Werk *Smart Mobs, The Next Social Revolution* das Phänomen intelligenter Mobs, die sich vorwiegend für politische und soziale Aktionen einsetzen.⁴² Er nennt dieses Phänomen „Smart Mobs“, wobei der wesentliche Unterschied zu einer Demonstration die Organisation über technische Kommunikationsmittel sei. Rheingold beschreibt wie im Jahr 2001 auf den Philippinen ein riesiger Menschaufmarsch, organisiert über SMS, die Straßen für mehrere Tage blockierte und durch diese Aktion der damalige Präsident Joseph Estrada gestürzt wurde.⁴³ Soziologen bezeichnen solche politisch motivierten Zusammenkünfte als „Adhocracy“ (Ad-hoc-Demokratie).⁴⁴ Ähnliche Smartmobs scheint es in Europa bisher nicht gegeben zu haben.⁴⁵ Der Journalist Peter Kümmel ordnet den Smartmob ärmeren Nationen zu, da seine Energie einer Unzufriedenheit entspringt und durch die reine physische Anwesenheit auf Missverhältnisse aufmerksam machen und diese verändern möchte. Der Flashmob dagegen sei ein „westlicher Nachzügler“, der diese Energie aus purer Langeweile schöpft.⁴⁶ Das Phänomen Flashmob wurde im Jahr 2003 zum ersten Mal bewusst thematisiert und erfuhr vor allem in den Jahren 2010 und 2011 einen Boom, der daraufhin wieder schlagartig abflaute, aus Gründen, die hier noch genannt werden sollen. Aufführungsorte sind Bahnhöfe, Einkaufszentren, Marktplätze und ähnliches, bespielt wird immer das Stadtzentrum, gespielt wird nicht nur in der Öffentlichkeit, sondern vielmehr für die Öffentlichkeit. Die Flashmobakteure nutzen dabei den Stadtraum als Aufführungsort, um eine Art Lokalpatriotismus zu konstruieren und sich die eigene Stadt als Identifikationsangebot anzueignen. Rekorde, welche Stadt den größten Flashmob, den größten Schockmoment durch die Masse erzielen kann, werden angestrebt. Der öffentliche Raum soll der Ort sein, an dem das Individuum seine eigene Existenz, seine Identität in der Masse in Szene setzen kann. Ziel des Flashmobs ist es also, neben der Herstellung eines Ereignisses der individuellen Lebensgestaltung, eine neue Tradition des öffentlichen Raumes entstehen zu lassen,

⁴² Howard Rheingold, *Smart Mobs. The next social revolution. Transforming cultures and communities in the age of instant access*, Cambridge 2002.

⁴³ Ebda., S. 157.

⁴⁴ Peter Kümmel, „Der kurze Sommer der Anarchie“, in: *Die Zeit* Nr. 38 (11.09.2003).

⁴⁵ Bei dem Besuch der Bundeskanzlerin Angela Merkel am 22. September 2009 in Mainz wurde ihr Vortrag durch ständige „Yeah“-Rufe vom Publikum gestört. Die Aktion wurde wie ein Flashmob organisiert, störte jedoch eine politische Veranstaltung. Da jedoch die genaue Motivation der Teilnehmer völlig unklar ist und auch ein wenig sinnlos erschien, spricht man hier (trotz der politischen Veranstaltung) eher von einem Flashmob.

⁴⁶ Kümmel, „Der kurze Sommer der Anarchie“ (s. Anm. 44).

die über den Konsum von Einkaufspassagen hinweg wirkt:

A lot of flash mobs happen in public space or they happen in sort of semi-public space where you are allowed to come in as someone who's just going to shop for example [...] and I think one of the reasons why flash mobs were so powerful [...] is that we've lost so much of our tradition of public space [...].⁴⁷

Noch ausschlaggebender ist der Flashmob Ausdruck einer „temporary electronic community“,⁴⁸ wie der Professor für Urban Performance Studies Nicolas Whybrow in seinem Werk *Performance and the contemporary city* formuliert. Die elektronische Gemeinschaft, die sich im Internet in virtuellen Kopräsenzen vorfindet, kann sich durch den Flashmob im Stadtraum als temporäre leibliche Kopräsenz erfahren. Virtuelle Kopräsenz wird zu leiblicher Kopräsenz. Der Flashmob ermöglicht eine Sichtbarkeit jener virtuellen „Community“ der Internetplattformen und technischen Kommunikationsmittel.⁴⁹ Doch nicht nur der Flashmobakteur befähigt diese Verbindung. Auch der unwissende Zuschauer ist dazu geneigt, das Erlebnis mit seiner eigenen Handykamera festzuhalten, um sich selbst im Moment des Partizipierens reflektieren – und anderen demonstrieren – zu können: ‚Ich war dabei.‘ Die Verbindung von Stadtraum und Internet überdauert das Ereignis und besteht auch nach der eigentlichen Aktion. Das schlagartige Abbrechen des Flashmobs, die Energie, die nach einer Aufführung im Raum zu erfahren ist, verpufft und hinterlässt nicht nur schockierte Passanten, sondern vor allem auch bewegte Akteure, die sich über ihre Erfahrungen während des Events austauschen wollen. Doch die Idee des Flashmobs, nach dem Flash den Mob schnell aufzulösen, verhindert eine Kommunikationsmöglichkeit vor Ort. Im Internet sucht der Akteur erneut den Austausch, rezipiert den Flashmob, den er selbst ermöglicht hat, als Beobachter und wird dadurch zum Rezipienten seiner eigenen Aktion. Die gängigen Fragen des Aufführenden nach der Rezeption der Anderen, wie diese den Flashmob erfahren haben, wie die Aktion von außen zu sehen war, wie es gewirkt hat und wie Andere das Geschehen von ihrer Perspektive erlebt haben, werden im Internet durch Kommentare diskutiert, wodurch die Klickzahlen bei YouTube in die Höhe gehen.

⁴⁷ Zitiert nach: Anja Junghans, *Der Flashmob. Strategie der Sichtbarkeit und Evidenz*, Norderstedt 2010, S. 33.

⁴⁸ Nicolas Whybrow, *Performance and the contemporary city. An interdisciplinary reader*, Basingstoke 2010, S. 199.

⁴⁹ Junghans, *Der Flashmob* (s. Anm. 47).

Flashmob-Arten

Es gibt unzählig verschiedene Arten von Flashmobs, die alle einer eigenen Aufführungsanalyse unterzogen werden könnten. Man könnte sie in anonyme und individuelle Flashmobs einteilen. Flashmobs, in denen die Akteure eine anonyme Masse bilden sind beispielsweise der „Kissenschlacht Flashmob“,⁵⁰ (hier wird mit einem zuvor versteckten Kissen eine Kissenschlacht gestartet) und der „Burger-Flashmob“⁵¹ (alle Teilnehmer bestellen in einem Fastfood-Restaurant so viele Burger wie möglich).⁵² Dies sind Flashmobs, bei denen jeder Teilnehmer eine bestimmte Aktion durchführt, die im Voraus keine Einstudierung erfordert und die demnach von jedem Teilnehmer auf unterschiedliche und individuelle Weise ausgeführt werden kann. Aufgrund der eingeschränkten Aktion jedoch (es gibt nur eine begrenzte Art und Weise Burger zu bestellen oder Kissen zu werfen) und aufgrund der großen Masse der Teilnehmer, wird das Geschehen schnell unübersichtlich. Der Einzelne geht in der Masse unter und kann sich nur schwer oder fast gar nicht exponieren, um sich von der Masse abzuheben. Diese Form anonymer Flashmobs muss nicht unbedingt an einem spezifischen Ort stattfinden. Im sogenannten Schwarm Flashmob wird die Masse von einer Person oder einer kleinen Gruppe durch eine Stadt geleitet, sodass mehrere Flashmobs an verschiedenen Orten gleichzeitig entstehen können. So beispielsweise bei den „Urbanauten“ in München, deren Kommunikation über SMS und Twitter einen Schwarm von Teilnehmern durch die Stadt ziehen ließ.⁵³ Vor allem bei dieser Form des Flashmobs muss auf die Gefahr des Missbrauchs einer fremdgesteuerten Masse hingewiesen werden. Auf dieses Potenzial verweist bereits Journalist Peter Kümmel in seinem Spiegelartikel von 2003.⁵⁴ In New York treten erste „Flashmob robberys“⁵⁵ auf, auch „bashmobs“ genannt. Hier stürmen Flashmobakteure ein Geschäft und bedienen sich an den Regalen, ohne zu bezahlen.

⁵⁰ „Flashmob. Kissenschlacht vor dem Kölner Dom“, in: *YouTube*, <http://www.youtube.com/watch?v=7f1snzZLIHU> (Zugriff: 20.12.2018).

⁵¹ „Mc Donald’s Flashmob Burger Run 27.03.2011 | Flashmobteam-Hamburg“, in: *YouTube*, : <http://www.youtube.com/watch?v=ORnY2befQNs> (Zugriff: 20.12.2018).

⁵² Des Weiteren den „Spartaner Flashmob“, bei dem Flashmobber mit einem Regenschirm eine militärische Formation bilden oder den „Ninja-Flashmob“, bei dem Ninja-Kämpfer aus dem Nichts aufeinander losgehen.

⁵³ „Urbanauten. Moment of Starlings“, in: *YouTube*, http://www.youtube.com/watch?v=wr4dYoapr_o (Zugriff: 20.12.2018).

⁵⁴ Kümmel, „Der kurze Sommer der Anarchie“ (s. Anm. 44).

⁵⁵ „Youth Mob Robs Store in DC Metro Area“, in: *YouTube*, <http://www.youtube.com/watch?v=A7V66pwWYnw&feature=related> (Zugriff: 14.12.2018).

Tanz-Flashmobs

Im Unterschied zu den vorgestellten Arten des anonymen Flashmobs kann sich der einzelne Flashmob-Akteur im individuellen Flashmob aus der Masse hervorheben. Im Freeze-Flashmob (hier frieren zu einem bestimmten Zeitpunkt alle Teilnehmer in einer bestimmten Pose ein) kann der Einzelne sich von der Masse abgrenzen, indem er entweder beim Einfrieren eine besonders ungewöhnliche Pose einnimmt, wie der Kickboardfahrer im „Paris Freeze Flashmob“, bei dem 3000 Menschen vor dem Eiffelturm für einige Minuten in einer bestimmten Körperhaltung „eingefroren“ waren.⁵⁶ Oder er kann wie beim Umfallen im „Die-In“/„Blackout Flashmob“⁵⁷ (hier fallen alle Teilnehmer wie ohnmächtig auf den Boden) vor dem Fall eine unverwechselbare Geste aufführen, die ihn herausstechen lässt. Durch die Möglichkeit, sich durch besonders auffällige und ausgefallene Ausführungen der abgesprochenen Aktion in Szene zu setzen, ließe sich in genannten Fällen gewissermaßen von individuellen Solo-Performances sprechen. Noch deutlicher handelt es sich bei einem Flashmob um eine Aufführung, wenn es um künstlerische Darbietungen geht. Hier gibt es sowohl anonyme Flashmobs, die auf das gleichförmige Hervorbringen einer künstlerischen Leistung in der Masse setzen, als auch Flashmobs, bei denen individuelle Solo-Performances im Vordergrund stehen. Bei Tanz-Flashmobs steht meistens eine massenkonforme Inszenierung im Vordergrund, für die eine Choreografie einstudiert werden muss. Ziel des Tanz-Flashmobs ist es, durch die Uniformität und Synchronität der tanzenden Masse zu beeindrucken. Je mehr Menschen tanzen und je exakter die Bewegungen der Masse einander gleichen, desto größer der „Flash-Moment“. Das Individuum darf hier buchstäblich nicht aus der Reihe tanzen, es muss Teil der Masse sein und sich dieser unterordnen, um gemeinsam mit beziehungsweise als Teil von ihr einen Schockeffekt hervorrufen zu können. Besonders militärisch mutet dies bei den tanzenden Häftlingen auf den Philippinen im sogenannten *Michal Jackson's Flashmob* an (Häftlinge eines Gefängnisses führen Tanzchoreografien vor), bei dem der unmittelbare Zuschauer fehlt und nur das Video den Schock oder den Flash bei einem

⁵⁶ „World biggest Freeze Flash Mob in Paris“, in: *YouTube*, <http://www.youtube.com/watch?v=qtUNj2BNTsU> (Zugriff: 20.12.2018).

⁵⁷ „Anti-Atom Flashmob“, in: *YouTube*, http://www.youtube.com/watch?v=Fvz_GAyEJh8 (Zugriff: 14.12.2018).

imaginierten Publikum vor dem Computer hervorruft.⁵⁸ Der Flashmob ist schon hier kaum von einer Tanz-Performance zu unterscheiden. Neben der Professionalität der Choreografie rückt zunehmend die Qualität der Videoproduktion in den Vordergrund. Der *T-Mobile Dance Flashmob* 2009 in Liverpool wurde beispielsweise gezielt für ein Werbevideo im Fernsehen produziert.⁵⁹ Während der „Flash“ durch das gleichförmige Tanzen der Masse hergestellt wird, geht er gleichzeitig auf Kosten des Probens verloren. Es handelt sich um ein geplantes, von Institutionen organisiertes Event, für das Tanzschulen engagiert wurden; ein Grund, weshalb die größten Tanzflashmobs zur Gewährleistung ihrer Professionalität und ihrer Wirkung gesponsert werden müssen. Mit der Kommerzialisierung des Phänomens schwindet die Beliebtheit des Flashmobs, und er kann nicht länger als Ausdruck einer digitalen und urbanen Internetgeneration funktionieren. Private Flashmob-Nachahmer können der professionellen Organisation einer Massenchoreografie oder der Videoqualität von TV-Sendern nichts mehr entgegenhalten; der Flashmob wird mit dem Sell-Out assoziiert. Während der Tanzflashmob von der einstudierten Choreografie im Vorfeld und der sie konservierenden Videoproduktion abhängt, erfordert der Musikflashmob eine akustische Qualität sowohl in der Live- als auch in der Youtube-Version. Eine Unterscheidung in Tanz- oder Musikflashmob macht beispielweise bei dem *Michael-Jackson-Flashmob*⁶⁰ oder *Beyoncé-Single-Ladies-Flash-Dance*⁶¹ keinen Sinn, denn hier stehen beide Elemente unzertrennlich nebeneinander. Die Beispiele stellen eine Hommage an die Künstler dar und wurden von Menschen in Städten auf der ganzen Welt nachgeahmt. Der Flashmob entpuppt sich hier deutlich dem Genre der Popmusik zugehörig. Auch der *Black-Eyed-Peas-I-gotta-feeling-Flashmob* in der Show von Oprah Winfrey kann in diesem Zusammenhang genannt werden.⁶² Bei diesem stehen zu Beginn des Auftritts der Band zunächst alle Zuschauer still und nur eine Tänzerin beginnt im Publikum zu tanzen. Nach und nach entpuppt sich das gesamte Publikum als agierende Tänzer,

⁵⁸ „Prison’s flash mob. Michael Jackson’s song“, in: *YouTube*, <http://www.youtube.com/watch?v=9OawiTaeObA> (Zugriff: 14.12.2018). Hier werden von den Gefängnisbetreuern pädagogische Aspekte erzielt.

⁵⁹ „T-Mobile Flashmob in der Liverpool Street Station am 15.01.2009“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=VQ3d3KigPQM> (Zugriff: 20.12.2018).

⁶⁰ „Michael Jackson Tribute – Stockholm. July 8, 2009“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=je1KOcBYGjM> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶¹ „Beyonce 100 Single Ladies Flash-Dance Piccadilly Circus, London for Trident Unwrapped“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=OLj5zphusLw> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶² „Black Eyed Peas –I Gotta Feeling (live with Oprah)“, in: *YouTube*, <http://www.youtube.com/watch?v=oX6oSs7FHso> (Zugriff: 14.12.2018).

die eine einstudierte Choreografie vortragen. Die einzige Person, die hier noch im ursprünglichen Sinne „geflasht“ wird, ist die Moderatorin Oprah Winfrey selbst und die Zuschauer vor den Bildschirmen. Das Video funktioniert wie ein Musik-Clip und dient somit der Vermarktung der Band. Es ist ein Popkonzert, bei dem das Geschehen auf der Bühne in den Hintergrund rückt und der Zuschauerraum zur Bühne wird. Gleichzeitig gehört in der Video-Produktion die Reaktion von Oprah Winfrey als schockierte, weil unwissende Zuschauerin des Flashmobs zum entscheidenden Element der „Flash“- Inszenierung.

Klassik-Flashmobs

Im Jahr 2010 wurde das Tanz-Flashmob-Video „Do Re Mi“ in Belgien als Werbung für den privaten Fernsehen-Sender VTM genutzt.⁶³ Ein Phänomen, das also ursprünglich seine Identität aus dem Oszillieren zwischen Urbanität und Internet formte, wird nun für die Vermarktung eines TV-Senders genutzt. Der Flashmob hat es bis ins Fernsehen geschafft, das heißt er hat gesellschaftliche Legitimität erlangt, wird vom Medium Fernsehen einverleibt und somit jeder Altersgruppe vereinfacht zugänglich gemacht. Mit dem Konzept Flashmob sind nun Menschen aller Altersgruppen vertraut und der „Flash“ wird zugunsten von Werbegebühren aufgegeben. Abgesehen von der Kommerzialisierung des Phänomens wurde das Lied „Do Re Mi“ aus dem Musical *The Sound of Music* von 1965 von Julie Andrews gesungen durch die Lautsprecher am Bahnhof in Antwerpen abgespielt. Eine Genreöffnung von der Popmusik zum Musical war damit gegeben.⁶⁴

Den ersten Klassik-Flashmob könnte man dem Opernsänger und Medienphänomen Paul Potts zuschreiben. Im Juni 2007 gewann er die erste Staffel der TV-Castingshow *Britain's Got Talent* und gilt damit als der erste Gewinner, der in einer Castingshow als Opernsänger überzeugen konnte. Sein Auftritt wurde durch YouTube bekannt und schließlich verwendete die Deutsche Telekom das Video seines Auftritts für einen Werbespot. Auch wenn dieses Video kein Flashmob ist, wird das Narrativ des „Flash-Moments“ genutzt, um eine Künstleridentität zu etablieren und diese mit allen Menschen über elektronische Kommunikationsgeräte zu teilen. Der Werbeslogan lautet demnach: „Das Leben schenkt uns einzigartige Momente. Schön, dass wir sie

⁶³ „Historic Flashmob in Antwerpen train station. Do re mi“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=bQLCZOG2o2k> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶⁴ Siehe zu Musical-Flashmobs auch: „Les Misérables Flashmob at the Mall of Millenia.Orlando“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=Cn8PiqIXEjQ> (Zugriff: 14.12.2018).

miteinander teilen können.“ Wenn also Paul Potts 2009 den ersten Klassik-Flashmob aufführt, indem er die Arie „La Prima Volta“ in einer Shoppingmall singt,⁶⁵ dann ist dies eine Vermarktungsstrategie der Plattenfirma, in der sein Album *Passione* 2009 erschien. Der Klassik-Flashmob hat also nicht die gleiche Entwicklung im Sinne eines Internet-Urbanitäts-Phänomens durchlaufen. Vom Tanzflashmob mit Popmusik über das Musical-Genre bis hin zu Klassik-Kompositionen für Paul Potts, hat der Flashmob auch die klassische Musik erobert. 2011 spielte das Copenhagen Philharmonic Orchester Maurice Ravels *Bolero* am Hauptbahnhof in Kopenhagen.⁶⁶ Musiker der Volksoper Wien gaben Carl Orffs *Carmina Burana* am Westbahnhof in Wien,⁶⁷ die Philharmonie Nürnberg führte vor der Lorenzkirche in Nürnberg Ludwig van Beethovens „Ode an die Freude“ auf aus der 9. Sinfonie.⁶⁸ Die Liste der Flashmobs mit klassischer Musik im Programm reicht von professionellen Orchestern bis zu Laienorchestern und Laienchören.

Die Inszenierung der Klassik-Flashmobs folgt in der Regel einem ähnlichen Schema wie normale Flashmobs. Zuerst tritt ein einzelner Musiker auf, dann wird dieser von anderen Musikern unterstützt, bis sich schließlich das ganze Orchester oder der ganze Chor als Akteur zu erkennen gibt. Den Stadtraum als Aufführungsort zu wählen, bringt allerdings akustische Probleme mit sich, die es zu überwinden gilt. Ein einzelner Sänger oder ein einzelner Instrumentalist kann sich von der lärmenden Umgebung schwer absetzen, weshalb akustisch schnell eine undifferenzierte Kanonbildung aufgrund pragmatischer Faktoren entsteht. Ravels *Bolero* ist beispielsweise als Flashmob so beliebt,⁶⁹ weil der signifikante Rhythmus des Schlagzeugs zu Beginn nicht nur einen hohen Wiedererkennungswert darstellt, sondern sich darüber hinaus das Schlagzeug in einer Bahnhofs- oder Shoppingmall-Atmosphäre als lautestes Instrument im Orchester Gehör verschaffen kann. Die Aufmerksamkeit der Menschenmenge richtet sich auf den Spieler, es wird leiser und andere Instrumente, etwa die einsetzende Querflöte, haben eine bessere Chance,

⁶⁵ „Paul Potts singt La Prima Volta. Flashmob in Oberhausen“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=E17IRO8--ag> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶⁶ „Flash Mob at Copenhagen Central Station. Copenhagen Phil playing Ravel's Bolero“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=mrEko6XXaAw> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶⁷ „Flashmob Carmina Burana“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=PJNp5UKRtbQ> [zuletzt aufgerufen am 14.12.2018].

⁶⁸ „Flashmob Nürnberg. Ode an die Freude“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=a23945btJYw> (Zugriff: 14.12.2018).

⁶⁹ „Liste der Bolero Flashmobs“, in: *YouTube*, https://www.youtube.com/results?search_query=bolero+flashmob (Zugriff: 14.12.2018).

ebenfalls gehört zu werden. Beethovens „Ode an die Freude“ gehört zum Kanon der Klassik-Flashmobs. Dies mag nicht zuletzt daran liegen, dass das Stück bei dem unwissenden Passanten aufgrund seiner Bekanntheit leichter zugeordnet werden kann. Der Aufbau des Stückes ermöglicht den erzielten „Flash“-Moment. Der Kontrabassist, der sich zunächst als einzelner Musiker zu erkennen gibt, kann zunächst aufgrund der Größe seines Instruments Aufmerksamkeit erlangen. Geige oder Gitarre gelten als typische Instrumente eines Straßenmusikers und fallen beim Transport nicht so auf wie ein Kontrabass, der ohne Instrumentenkoffer durch die Stadt getragen wird. Diesen visuellen Effekt benötigt der Kontrabassist, denn akustisch kann er umgeben von Stadtgeräuschen als Solist kaum gehört werden und muss somit durch die visuelle Erscheinung seines Instruments auf Aufmerksamkeit hoffen. Doch schnell baut sich neben ihm ein Cellist auf und die Melodie des Stückes wird identifizierbar, während sich immer mehr Musiker zu erkennen geben und mitspielen. Das Stück baut sich also vom Solo ins Tutti, vom Piano ins Forte auf und kann dadurch den unwissenden Passanten, der zunächst glaubte, einen einzelnen Straßenmusiker vorgefunden zu haben, schockieren und begeistern. Der „Flash“-Moment ist hergestellt. Ähnlich baut sich auch Carl Orffs *Carmina Burana* auf und überwältigt schließlich durch den gewaltigen Chor, der sich unter den Passanten zunächst nicht zu erkennen gab. Klassik-Flashmobs an großen öffentlichen Plätzen wie Bahnhöfen, Marktplätzen oder Einkaufszentren müssen also durch Lautstärke und damit durch Masse an Musizierenden überzeugen, um Aufmerksamkeit zu erregen. Solistische Einlagen wie beispielsweise das Sopran-Solo in *Carmina Burana* kommen in den meisten Fällen nicht ohne ein Mikrofon aus. Um dennoch berühmte Opernklassiker als Flashmob aufzuführen, werden kleinere Räume für eine bessere Akustik genutzt, wie beispielweise das Duett mit Chor „Libiamo ne' lieti calici“ aus Verdis Oper *La Traviata* in einer U-Bahn in Milano.⁷⁰ Auch hier mutet das Solo des Sängers zunächst wie die Performance eines Straßenmusikers an, weshalb dieser von einer Passantin Geld zugesteckt bekommt. Als jedoch eine weitere Solistin anfängt zu singen, wird klar, dass es sich um eine anders gerahmte Situation handelt, und der „Flash“-Moment gipfelt im Einsatz des Chores, der zuvor nicht von den Fahrgästen zu unterscheiden war. Die Orchestermusik wird in diesem Fall unter die später bereitgestellte Videoaufnahme gelegt, und es bleibt zu vermuten, dass die Musiker

⁷⁰ „Libiamo ne' lieti calici (Traviata) - Flashmob (Metropolitana di Milano)“, in: Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=L8BWqwaqbyY> (Zugriff: 14.12.2018).

vor Ort a cappella sangen, was wiederum zu Intonationsproblemen und Tempo-Unregelmäßigkeiten führte. Die Geräusche des Stadtraums führen also nicht nur zu akustischen Verständnisschwierigkeiten der aufgeführten Musik, sie führen darüber hinaus zu Qualitätsmängeln, die während der Live-Situation als weniger störend empfunden werden als schließlich in der Video-Aufnahme. Hier entscheidet die musikalische Qualität über das Gelingen des Klassik-Flashmobs, welches sich wiederum in den Klickzahlen widerspiegelt. Wenn also das gleiche Stück in einem Supermarkt aufgeführt wird, ermöglicht zwar der Einsatz von Mikrofonen eine bessere Akustik und die professionelle Kameraführung einen besseren Überblick, gleichzeitig ist es naheliegend, dass sich hinter solch qualitativ hochwertigeren Aufnahmen jedoch ein Werbesponsor verbirgt.⁷¹

Klassik-Flashmobs bleiben also aufgrund akustischer Aspekte auf ein bestimmtes Repertoire beschränkt. Es ist erneut die Crossover-Kategorie,⁷² unter die das Aufführen von Filmmusik durch ein Orchester fällt, wie beispielsweise der *Star Wars*-Flashmob in Köln vom WDR Rundfunkorchester⁷³ oder auch von Popmusik-Adaptionen wie Avicis Song *Wake me up* gespielt vom Rhapsody Philharmonic Orchester in Vietnam.⁷⁴

Das Scheitern des „Flash“-Moments

Untersucht man nun die Videoergebnisse der jeweiligen genannten Flashmobs genauer, dann fällt auf, dass es sich fast überall um Abweichungen von der ursprünglichen Definition handelt. Meist finden sich die Zuschauer schon zu Beginn des Flashmobs in eine Position des Zuschauens ein und beklatschen am Ende den Auftritt. Es fällt auf, dass es bei fast jedem Video eine zweite Kategorie von Zuschauern gibt, nämlich jene, die bereits eingeweiht sind und absichtlich

⁷¹ „Drakes Supermarkets Opera Flash Mob“, in: *YouTube*, https://www.youtube.com/watch?v=iwN2r8Lma_8 (Zugriff: 14.12.2018). Allerdings sind auch hier die Rezipienten kritischer als man von einem Flashmob erwarten könnte. In den Kommentaren werden die schlechte italienische Aussprache, Textfehler und Intonationsfehler genannt. Erick Strife kommentiert 2016: „An ‚A‘ for effort... an ‚F‘ for pronunciation and not knowing the lyrics. I love it anyway. The spirit and thought of it is what counts... unless it was in an opera hall, then they’d be booed off the stage... lol, I still love it.“

⁷² Der Begriff wurde bereits problematisiert. Für eine weitere Auseinandersetzung siehe hierzu: Petry, *doing pop* (s.Anm.7). Julia Jochem verortet den Flashmob ganz bewusst zwischen Kunst und populärer Kultur, untersucht ihn als Crossover-Ereignis. Siehe: Julia Jochem, *Performance 2.0. Zur Mediengeschichte der Flashmobs*, Siegen 2010.

⁷³ „Star Wars Flashmob in Cologne/Germany/WDR Rundfunkorchester/ARD“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=sTHXIZHPyqE&t=32s> (Zugriff: 14.12.2018).

⁷⁴ „This Avicii inspired Flashmob is incredible“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZYYjggVkJHdo> (Zugriff: 14.12.2018).

hinzukommen, um sich das Geschehen anzusehen. Meist ist dieser Zuschauende gekennzeichnet durch eine Kamera. Bereits zu Beginn des Flashmobs versammeln sich eingeweihte, meist an der gezückten Handykamera zu erkennende Passanten, die ein Zentrum der Aufmerksamkeit generieren, wodurch ein Bühnen- und Zuschauerraum entsteht, der doch wieder nur der gewohnten Rezeptionshaltung im Konzerthaus entspricht. In der ersten Reihe zu stehen, bedeutet am besten sehen und hören zu können und durch die Positionierung steigt auch die Wahrscheinlichkeit, von einer Kamera erfasst zu werden. Die Aufnahme eines professionellen Kamerateams, das den „Flash“-Moment durch das Equipment ebenso vorwegnimmt wie die Rezeptionshaltung des eingeweihten Passanten, reicht dem Flashmobakteur nicht als Dokumentationsquelle aus, oftmals filmt er selbst während der Aktion mit seiner eigenen Handy-Kamera. Denn die subjektive Perspektive, die Bestätigung, selbst Teil des Events gewesen zu sein, muss im Moment des Erlebens dokumentiert werden.

Viele Flashmob-Videos zeigen, wie sich die anonyme Gruppe zuvor trifft und diese meist von einer anleitenden Person über Megaphon letzte Instruktionen erhält. Für den Betrachter des Videos fällt so der Überraschungseffekt weg, da er Zeuge einer geplanten Handlung wird. Auch erwischt man bei vielen Videos die Teilnehmer selbst beim Klatschen. Sowohl die anwesenden Zuschauer (ob eingeweiht oder überrascht) als auch die Flashmobakteure applaudieren. Das blitzartige Auseinandergelassen bleibt aus und die Teilnehmer schauen sich hoffnungsvoll um, als suchten sie nach Menschen, mit denen sie das gerade Erlebte teilen können. Durch den eingeweihten Teilnehmer, durch die ständige Anwesenheit von Kameras und durch das Klatschen nach Beendigung des Flashmobs, ist der Flashmob nicht länger von einer klassischen Aufführungssituation zu unterscheiden.

Die Teilnahme an einem Flashmob, sei es als Zuschauer oder als Akteur, ist wichtiger geworden als der „Flash“-Moment selbst. Die blitzartig entstehende und wieder verschwindende unkontrollierte Menschenansammlung formt sich zu einer inszenierten, kontrollierten und gesteuerten Masse. So lässt sich schlussfolgern, dass sich der Flashmob zu einer Aufführung, einem „Mob“ ohne „Flash“ entwickelt hat: Ein datiertes Event mit Rahmenbedingungen von Ort, Zeit und Dauer. Die Festschreibung der Rahmenbedingungen mag einer der Gründe sein, weshalb das

Phänomen an Attraktivität einbüßt.⁷⁵

Es gilt zu bezweifeln, ob die Ausführung des Klassik-Flashmobs in seiner ursprünglichen Intention und Konvention durch das Bespielen von Hauptbahnhöfen oder U-Bahnstationen wirklich ein anderes, jüngeres Publikum⁷⁶ für Konzert- und Opernhäuser gewinnen kann. Flashmob-Begeisterte recherchieren im Internet oder rezipieren die Aufzeichnungen im Fernsehen, ein Besuch im Konzerthaus ist für das direkte Wiedererleben des Events nicht nötig. Dennoch kann das Betrachten von aufgezeichneten Flashmobs als eine Vermittlungsinstanz begriffen werden, die eine erste Kontaktaufnahme zu klassischer Musik begünstigt.

Bei YouTube spricht ein Video mit dem Titel „Ravels Bolero“ eine andere Zielgruppe an als der Titel „Flashmob Ravels Bolero“. Es gilt: „Wenn man klassische Musik als klassisch ankündigt, bedeutet das eine Halbierung ihrer Hörerzahl.“⁷⁷ YouTube darf dabei als Chance für eine Bühne klassischer Musik nicht unterschätzt werden. Instrumentallehrer berichten, dass ihre Schüler motiviert ein neues Stück erlernen möchten, weil sie es bei YouTube entdeckt haben,⁷⁸ und es entstehen immer mehr YouTube-Tutorials zur pädagogischen Anleitung am Instrument. Beim Flashmob jedoch fehlt bislang diese pädagogische Vermittlungs-Instanz, ein weiterer Aspekt, weshalb die Aufführung komplexerer Werke vermieden wird. Der Klassik-Flashmob mag im öffentlichen Raum zwar andere Zuhörer erreichen, fraglich aber bleibt, ob sein Wirken auch langfristig mehr Zuschauer ins Konzerthaus lockt. Doch auch die Rezeption von Flashmobs im Internet kann das Bewusstsein für den öffentlichen Raum hinsichtlich ästhetischer Wahrnehmung verändern, auf neue Aufführungskonzepte im Stadtraum hinweisen und diese populär machen. Abschließend lässt sich mit den Worten von Patrick Primavesi resümierend feststellen:

„Der in der Geschichte des bürgerlichen Theaters auf den Innenraum fixierte Blick des Zuschauers begegnet plötzlich sich selbst“⁷⁹ und hilft dabei dem Individuum,

⁷⁵ Im Jahr 2016 erreichte kein Flashmob bei YouTube eine Klickzahl, die höher war als eine Million. Vgl.: „Flashmobs“, in: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZYYjogVkHdo> (Zugriff: 14.12.2018).

⁷⁶ Katrin Bauer, *Jugendkulturelle Szenen als Trendphänomene: Geocaching, Crossgolf, Parkour und Flashmobs in der entgrenzten Gesellschaft*, Münster 2010.

⁷⁷ Andreas Gebesmair, *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*, Wiesbaden 2001, S. 227.

⁷⁸ Diese Beobachtung stützt sich zum Teil auf eigene Beobachtungen, aber auch auf Diskussionen, die im Rahmen des 2. „Collegium Musicum Populare“ am Musikwissenschaftlichen Institut der Universität zu Köln 2016 geführt wurden.

⁷⁹ Patrick Primavesi, „Zuschauer in Bewegung. Randgänge theatraler Praxis“, in: *Paradoxien des Zuschauens: die Rolle des Publikums im zeitgenössischen Theater*, hg. von Jan Deck, Bielefeld 2008, S. 85–107.

einen neuen Blick auf seine Umgebung zu werfen. Der Flashmob, dem das Potenzial zugeschrieben wurde neue Rezipientengruppen in das Opern- und Konzerthaus zu locken, vermag es nicht mehr die Massen zu begeistern. Das Ziel, klassische Musik für andere Schichten und Generationen wieder erfahrbar zu machen, sollte dennoch weiterverfolgt und neue Strategien für die Begegnung mit klassischer Musik entwickelt werden.