



Verband Bayerischer Sing- und Musikschulen e. V. (VBSM)
Pöltnerstr. 25
82362 Weilheim
Tel. 0881/20 58
Fax 0881/89 24
E-Mail:
info@musikschulen-bayern.de
Internet: www.musikschulen-bayern.de

Redaktion:
Annett Fließbach, Wolfgang Greth

Kindern eine Stimme geben

In loser Folge stellt Ihnen der VBSM hier in einer Serie die derzeit 25 Fachberaterinnen und Fachberater des VBSM vor.

Kurt Brunner – Fachberater für Gesang und Chor

„Singen ist das Fundament zur Musik in allen Dingen. [...] Darum präge man das Singen jungen Leuten fleißig ein“. Mit diesem Zitat von Georg Philipp Telemann wirbt der Fachberater für Gesang und Chor Kurt Brunner, Schulleiter der Musikschule im Landkreis Passau, für den fachlichen Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen der bayerischen Sing- und Musikschulen.



Kurt Brunner, VBSM-Fachberater für Gesang und Chor

Er möchte ein Netzwerk aufbauen, um die Bedeutung des „Singens“ wieder zentraler in den Mittelpunkt der Bildungslandschaft zu stellen. Der fachliche Diskurs, die Durchführung von Aktionstagen und die Vorstellung von Kooperationsmodellen mit allgemeinbildenden Schulen sollen der Input für einen regen Austausch sein. Das Netzwerk „Singen“ soll auch eine engere Zusammenarbeit mit den Chorverbänden und musikalischen Ausbildungsstätten beinhalten.

Bei einem Fachtag zu den Themen Chor- und Singklassen, Kooperationen und Singende Schule möchte Kurt Brunner ein Forum bieten, wie man Kindern im Grundschulalter den richtigen Umgang mit der Singstimme vermitteln kann.

Für diese Veranstaltung am Samstag, dem 21. April 2018 von 10.30 bis 18 Uhr in der Musikschule im Landkreis Passau in Salzweg können Interessierte sich bis zum 6. April 2018 im Fortbildungskalender der VBSM-Webpräsenz www.musikschulen-bayern.de unter Kursnummer FT-GS anmelden. Die Teilnahme ist kostenfrei. Ebenfalls in Salzweg findet eine Woche später die Fortbildung 17-28 Singen – Klingen – Sprechen mit Julia Schneider aus Fürstentfeldbruck statt.

Weitere Informationen und Fortbildungstipps auf der Fachberaterseite.

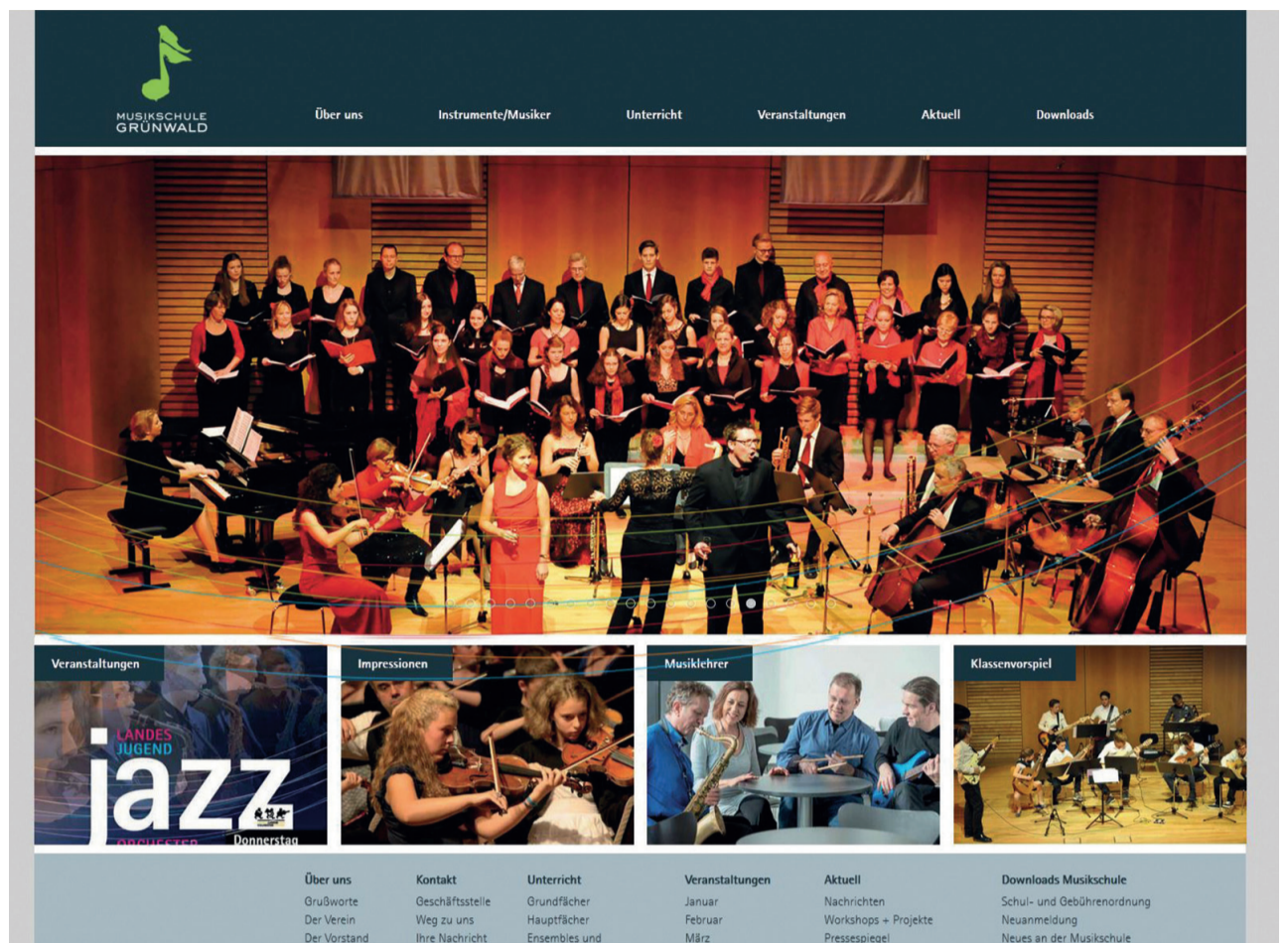
Digital ganz vorn dabei

Musikschulen erzählen ihre Geschichten im Netz

Platz 1 bei der Google-Suche ist beinahe immer garantiert: sucht man 2018 im Internet nach „Musikschule“ in Abensberg, Freising, Pfronten oder Zwiesel – die öffentlichen Sing- und Musikschulen in Bayern sind von A-Z im World Wide Web vertreten. Mehr als ein Drittel sogar mit eigener, teils sehr professioneller Online-Präsenz. Bei den avantgardistischsten können sich Schüler, Eltern und Musikbegeisterte mittels modernster Menüführung umfassend informieren und sogar online anmelden. Doch braucht es wirklich diesen ganzen neumodischen Kram, der nur Geld kostet, alles durcheinanderbringt und zudem noch, ob seiner Unberechenbarkeit, gefährlich sein kann?... gefährlich sein muss?

Ja! Den braucht es – denn wer seine Zielgruppe erreichen möchte, ist verpflichtet, mit der Zeit zu gehen und sie dort abzuholen, wo sie sich am liebsten tummelt: im Internet. „Immer mehr Menschen bewegen sich immer souveräner, kompetenter und aufgeschlossener in der digitalen Lebenswelt.“ erklärt Hannes Schwaderer, Präsident der Initiative D21 (Netzwerk für die Digitale Gesellschaft), dem Online-Magazin der AFP. Deutschland ist so digital wie nie zuvor. Doch immer noch sind 32% der Bevölkerung, nach eigener Angabe, überfordert mit dem Medium Internet. Vor allem in Schule, Ausbildung und Erwachsenenbildung ist Initiative gefordert. Sicherlich ist es anstrengend, mit gutem Beispiel voranzugehen. Es birgt Gefahren und Risiken, besonders hinsichtlich der technischen Komplexität und Sicherheitsbedenken. Dennoch: wenn nicht große Teile der Bevölkerung, vor allem die ältere Generation, von der digitalen Teilhabe ausgeschlossen werden sollen, muss in die Vermittlung digitaler Kompetenzen investiert werden. Das wird in den kommenden Jahren zu den zentralen Aufgaben von Politik und Wirtschaft gehören und weite Kreise ziehen. Denkbar wäre zum Beispiel eine zusätzliche Förderung für Projekte zur digitalen Transformation an Schulen, egal ob allgemeinbildend oder spezialisiert. Mit den entsprechenden Ressourcen lohnt es sich, diesen Weg zu gehen, auch wenn es ein weiter und mitunter steiniger ist.

Einige Musikschulen und Musikschulträger fühlen sich nach wie vor nicht für die digitale Welt gewappnet. Liegt es am Mangel an Kapazitäten hinsichtlich Budget, Personal und Fachkenntnis? Ist es vielleicht sogar die Angst davor, sich aufgrund virtueller



Vorgehen: die Online-Präsenz der Musikschule Grünwald – hochwertig, zeitgemäß und funktional.

Lernmethoden „selbst abzuschaffen“ und die Institution Musikschule als solche obsolet werden zu lassen? Oder fehlt schlicht das Interesse daran, einen neuen Weg mitzugehen, denn das „Unternehmen“ Musikschule läuft doch auch ohne... Immerhin gibt es bei einigen Musikschulen für Neuanmeldungen Wartelisten und Musikschul-Konkurrenz ist nicht in Sichtweite.

Dabei sind sich die meisten Einrichtungen einer bestehenden Konkurrenz aus ganz anderer Richtung sehr wohl bewusst: Viele Schüler und junge Erwachsene investieren immer mehr Zeit in Schul- und Berufsausbildung oder ins Studium. Da bleibt wenig Zeit für die unzähligen anderen Angebote, zum Beispiel in Sportvereinen. Hier wird genau überlegt, welches Hobby man auswählt, auch weil es gerade in jungen Jahren ganz besonders wichtig ist, was die Freunde, die „cool kids“, darüber denken. „Du spielst Geige? – wie gestern ist das denn!“. Wer verliert in solchen Situationen nicht die Lust am Üben? Hier müssen die Musikschulen

ansetzen, sich neu positionieren, das „uncool“-Image ablegen und ihre „Gegner“ genau studieren. Wenn es dann gelingt zu vermitteln, dass nicht nur Rockstars und Sportler „mega“ sind, sondern dass ein virtuoses Geige-Spiel auch Spaß macht und sogar als „nice“ durchgeht, weil das etwas ist, was nicht jeder kann – dann sieht manch einer im Erlernen eines klassischen Instrumentes nicht mehr nur die vermeintlich spießig-staubige Langweiler-Freizeitbeschäftigung. Es lohnt sich sogar, sich mit manch „Gegenspieler zu verbünden“. Wie wäre es mit einem Konzert am Fußballfeld in der Halbzeitpause? Dann sehen die Fußball-Freunde den „farblosen“ Geiger sofort mit anderen Augen. Weil Können überzeugt!

Doch was hat das alles mit dem Internet zu tun? Nun ja, wenn nur wenige eben dieses Konzert am Spielfeldrand verfolgen, dann werden auch nur wenige davon erfahren. Vielleicht ist die Presse vor Ort und berichtet am Rande der Spielberichterstattung, dass die Musikschule auch da war. Doch was

kann man als Musikschule tun? Eine Möglichkeit bietet das magische Storytelling: Erzähle deine Geschichte, wecke das Interesse auch über den gewohnten Kreis hinaus, teile die Leidenschaft für Musik mit deinen Freunden, Nachbarn, Bekannten – über die Grenzen deiner Heimatstadt.

Mit einer eigenen Präsenz im Internet können auch Musikschulen genau das tun. Neben allgemeinen Informationen zur Einrichtung bietet es sich immer an, die besten Erlebnisse in einem Blogbeitrag mit Bild und Text festzuhalten oder die Highlights aus dem Musikschul-Leben in einem regelmäßigen Newsletter mit der Welt zu teilen. Wenn sich dies herumsprecht, ist den Musikschul-Internetseiten eine treue Besucherzahl gewiss. Auch Oma Gertrud (69) wird regelmäßig dazugehören, weil sie so viel öfter von ihrem Enkel liest und sieht. Sie erzählt ihrer Freundin Ruth (65) davon, zeigt ihr die Bilder und kurze Zeit später ist Ruths Enkelsohn Ludwig auch ein Musikschüler – er lernt Geige, weil das echt cool ist.

Keine Angst vor Marketing

Wie sich Musikschulen erfolgreich präsentieren

Ausgebucht! hieß es für die VBSM-Fortbildung für Musikschulleiter und Verwaltungskräfte am 19. Januar 2018 in München. Vorab hatten alle Teilnehmer einen Fragebogen zugesandt bekommen, so dass die Veranstaltung speziell auf die jeweils besonderen Herausforderungen zugeschnitten werden konnte.

Doch wo fängt man an? Schon während der Erläuterung der elementaren Grundregeln im Marketing gab es rege Diskussionen: welche Aspekte sind die wichtigsten bei der Planung einer erfolgreichen Marketing-Strategie?

Kann man als Musikschule mit schillernden Bildern werben, wenn die Unterrichtsräume nur im Keller liegen und irgendwie so gar nicht schön sind? Was dürfen öffentliche Musikschulen generell und sollen sie wirklich „nach draußen“ gehen, um ihr Können außerhalb des gewohnten Umfeldes zu zeigen?

Die Teilnehmer erfuhren viel über eine mögliche Positionierung ihrer Musikschule, über Zielgruppen, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken. Auch das Thema Farben stand im Mittelpunkt der kurzweiligen Diskussionen: Welche harmonisieren besonders gut und was lässt man besser bleiben?

Die geplante Zeit für das Seminar war längst verstrichen, ja sogar um eine Stunde verlängert – aber es gab noch unzählige offene Fragen: zum Beispiel die Gestaltung von an-



Keine Angst vor Marketing – oder: welche Farbe hat eine Musikschule eigentlich?

sprechenden Drucksachen mit Powerpoint. Sämtliche Themen rund um die Online-Präsenz einer Musikschule – gestalterisch, suchmaschinenfreundlich und rechtlich – ste-

hen ebenfalls auf der Wunschliste für künftige Seminare. Deshalb wird der VBSM weitere Fortbildungen in dieser Richtung konzipieren und anbieten. Bleiben Sie auf dem Laufenden mit

dem VBSM Fortbildungsprogramm, die nächsten Termine finden Sie auf der VBSM-Internetseite. Wir freuen uns auf die nächste Veranstaltung mit Ihnen.