

Ein Leitfaden →

→ **HOW
TO**



**HÖR ←
SPAZIER
GANG**



→ zur Produktion von Audiowalks

HOW TO HÖRSPAZIERGANG

*Ein Leitfaden zur Produktion
von Audiowalks*

AUDIOWALK und HÖRSPAZIERGANG sind Begriffe, die bis jetzt keine feste Definition und kein eindeutiges Zuhause gefunden haben. Worauf sich wohl die meisten einigen können: Bei einem Audiowalk hörst du beim Gehen z. B. über Kopfhörer ein Hörstück, das sich auf den Ort bezieht, an dem du bist. Audiowalks können Elemente von Performance, Tanz und Theater enthalten, sie können reine Klangkunst-Projekte sein, sie können als Hörspiele im öffentlichen Raum oder als Streetgames funktionieren, sie können Vermittlungs-, Beteiligungs- und soziokulturell inspirierte Projekte sein. Allen Formen ist gemein, dass durch die Überlagerung von realem und medialem Raum sowie durch die Gleichzeitigkeit von imaginiertem und physischem Erlebnis eine besondere, ortsbezogene ästhetische Erfahrung entsteht.

Ein gelungener Hörspaziergang ist ein gemeinsamer Tanz von Ort, Inhalt, Gestaltung und Technik. Was helfen kann, dass die vier Elemente einen Rhythmus finden, ohne einander beim Tanzen auf die Füße zu treten, haben wir mit How to Hörspaziergang zusammengetragen. Du findest hier eine Sammlung von Hintergrundinformationen, Good-Practice-Beispielen, praktischen Tipps und theoretischen Überlegungen, die aus unserer eigenen künstlerischen Praxis heraus entstanden ist. Ein „Work in Progress“, so wie die Kunstform Audiowalk selbst. Aus Gründen der Lesbarkeit verwenden wir in der Regel das generische Femininum und hoffen, dass mit dieser grammatikalischen Form alle Geschlechter inkludiert sind.

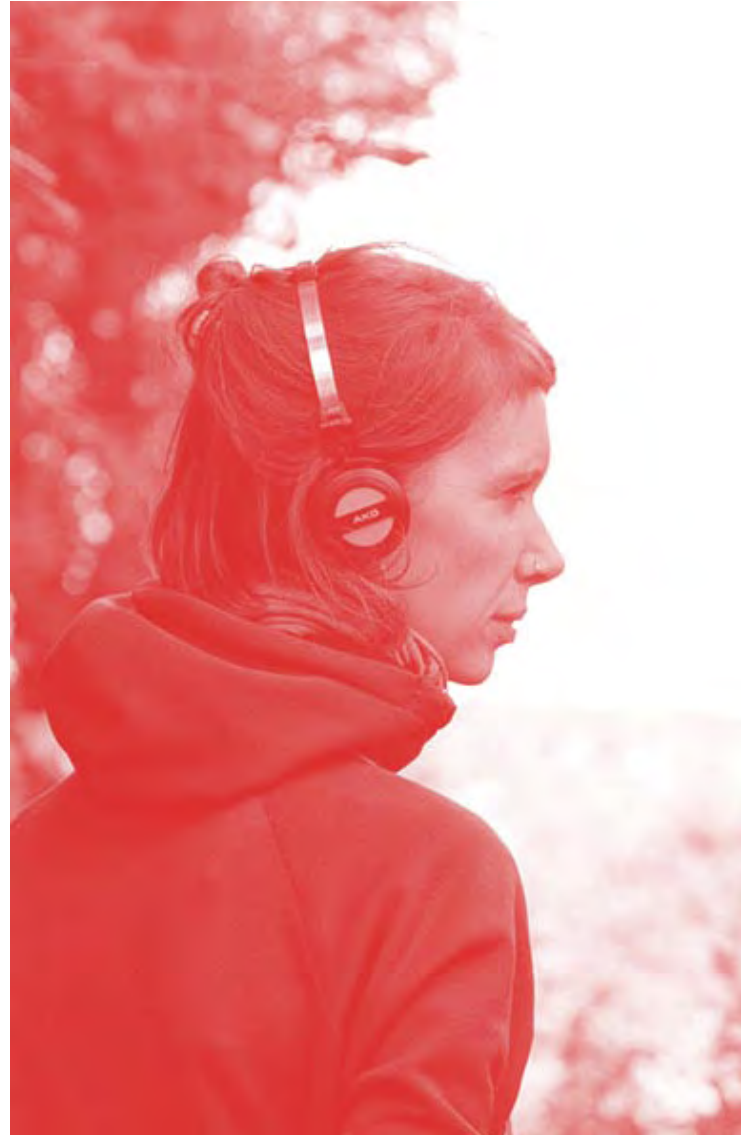
AKTUALISIERUNG

In einem Hörspaziergang über Berlin-Friedrichshain war ein Kapitel der legendären Karl-Marx-Buchhandlung gewidmet. Ein paar Tage nach der Premierenfeier schloss diese Institution für immer ihre Pforten. Zum Glück blieben die Regale im Inneren und die Leuchtschrift über dem Laden denkmalgeschützt erhalten. Aber sonst: gährende Leere!

Im Hörspaziergang wurde an dieser Stelle der Literaturbetrieb in der Planwirtschaft der DDR behandelt. Die frisch fertig gewordene Audioproduktion hatte kein Budget mehr für erneute Studiomiete und Sprecherinnenahelmufnahmen. Also blieb nur das geschickte Kürzen, das zwar den Inhalt erhielt, aber nicht mehr zum Eintreten und In-den-Regalen-Stöbern einlud.

Wenn deine Produktion im öffentlichen Raum spielt und länger als für die Zeit eines Festivals bestehen soll, wirst du dir Gedanken darüber machen müssen, ob und wie sie aktuell bleiben kann. Ladenlokale ändern sich. Baustellen können Wegeführungen blockieren. Kunstwerke werden ab- und an anderen Orten wieder aufgestellt. Parks werden umgestaltet. Narrative über Plätze entwickeln sich weiter ...

Soll dein Werk vielleicht eine Momentaufnahme und ein Zeitzeugnis sein? Der Familienaudiowalk Der Kater vom Helmholtzplatz (stadt im ohr) ist so ein Beispiel: Der Prenzlauer Berg in Berlin hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung durchgemacht. Fast keine der Institutionen, die Socks, der titelgebende Held, besucht, existiert heute noch. Inzwischen ist die im Plot noch ganz reale Zoohandlung ebenso Geschichte, wie es der Pferdestall im Hinterhof schon zur Zeit von



Socks Kiezerkundung war. Das Büro der Kinderrächtszänker ist nur noch im O-Ton lebendig und Zeugnis eines vergangenen gesellschaftlichen Aufbruchs. Da dieser Audiowalk die Veränderlichkeit von Stadt zum Thema hat, wird er weiterhin der Öffentlichkeit angeboten. Hier laufen die Spaziergängerinnen in einer Gegenwart, die staunend auf die Geschichte blickt. Da geht man dann schon mal verloren und fragt sich, was war real, was ist Fiktion? Vielleicht entscheidest du aber auch, dass

dein Walk langfristig und zeitlos sein soll. Dann solltest du deine Inhalte so formulieren, dass sie auch in ein paar Jahren noch funktionieren.

„Dieses Jahr ...“, „letzten Sommer ...“, „... gerade jetzt zur Buchmesse ...“, „... die derzeitige Bundesregierung ...“ das sind alles Formulierungen, die du mit wachem Auge aufspüren und ersetzen solltest. Verwende lieber konkrete Jahreszahlen, auch wenn sich das bei aktuellen Ereignissen etwas holprig anhört.

„Als im Sommer 2023 How to Hörspaziergang erschien, waren die Autorinnen und Autoren überrascht über die große Resonanz, die das Tutorial fand.“

Auch für Orte gilt: sie ändern ihr Gesicht. Vor allem ändern sich die Nutzungsarten von Gebäuden. Achte daher bei der Wegführung darauf, eher langlebige Orientierungspunkte zu verwenden.

Also zum Beispiel: „... am Haus mit den Säulen nach links einbiegen“ statt: „An der Apotheke links.“

Aktualisierung de luxe hieße, du bleibst mit deinem Walk inhaltlich auf dem neuesten Stand. Das versucht zum Beispiel der Audiowalk *Werkstatt Wedding* von Massimo Maio. Bestandteil dieser akustischen Erkundung ist eine Umkehrung des Sender-Empfänger-Modells. Die Hörspazierenden werden im Laufe des Walks eingeladen, eine Nummer anzurufen. Telefonisch begegnen sie der Protagonistin des Walks, die sie zu einer aktuellen Beschreibung der Umgebung einlädt. Das Gesagte wird aufgenommen und geht ein in eine Collage aus Ortsbeschreibungen, die immer wieder aktualisiert wird und mit der der Audiowalk endet.

RK

ANSPRACHE

Wie wird das Publikum angesprochen? Die Antwort auf diese Frage hängt natürlich auch vom Kontext und der Zielgruppe ab. Planst du einen interaktiven Walk, einen Walk für Jugendliche oder für ein älteres Publikum, einen Walk für Menschen vom Fach oder für Einsteigerinnen in ein Thema?

Die Anrede „du“ ist heute gang und gäbe. Mit einem „du“ gelingt es dir wahrscheinlich leicht, die Hörenden in den von dir geschaffenen Kosmos hineinzuziehen und eine emotionale Nähe herzustellen. Doch das „du“ kann auch aufdringlich wirken. Manche Hörerin empfindet es vielleicht auch als distanzlos oder als sprachliche Laxheit. Halte dir vor Augen, wer dein Zielpublikum ist und wähle die entsprechende Form der Ansprache aus. Überlege, wie nahbar die Erzählstimme in deinem Stück sein soll. Vielleicht findest du das distanziertere, förmlichere und oft auch als seriös empfundene „Sie“ angemessener. Möglicherweise wählst du auch ein Format, in denen die Hörenden gar nicht direkt angesprochen werden, oder in der die Erzählstimme ausschließlich das Pronomen „ich“ verwendet.

CB

ARCHIVMATERIAL

Archivgut kann den Ausgangspunkt für ein Projekt bilden und die Grundlage für ein Skript sein.

In Archiven lassen sich Zeitzeugnisse in zahlreichen Formen finden: es gibt private und geschäftliche Briefe, Protokolle, Notizen, Tagebücher, Zeitungen. Des Weiteren stehen dir Sound-Datenbanken, Radioarchive, Sammlungen mit Original-Tönen



und Zeitzeugeninterviews, Tonspuren von Film- und Fernsehproduktionen und weitere Quellen zur Verfügung, aus denen historisches Material als O-Ton in deinen Walk einfließen kann.

So unterschiedlich das Archivmaterial ist, so unterschiedlich können die Ansätze sein, mit ihm zu arbeiten: Soll eine thematische Soundcollage entstehen? Oder soll das Archivmaterial dazu dienen, unsere Gegenwart zu reflektieren?

Historisches Material kann dabei helfen, die Sprache aus einer anderen Zeit nachzuempfinden und ein Gefühl zu vermitteln, wie Menschen vergangener Epochen gedacht haben könnten. Die gewählten Sprach- und Sprecharten können verschiedene Zeitebenen voneinander abgrenzen. Zitierst du zum Beispiel eine Person aus

dem frühen 20. Jahrhundert, wird sie sich klar in der Wortwahl von heute unterscheiden.

Wichtig ist, dass du die Rechte klärst, bevor du das Tonmaterial verwendest. Die Kosten können erheblich sein, besonders bei großen Archiven. Wenn die Möglichkeit besteht, die Urheberin oder den Urheber direkt anzuschreiben, kann es ein freundliches Entgegenkommen geben. Grundsätzlich gilt in Deutschland, dass das Urheberrecht 70 Jahre nach dem Tode des Urhebers erlischt. Vielleicht kannst du bei der Arbeit an deinem Projekt mit einem Rundfunksender kooperieren, sodass du kostengünstig Archivmaterial nutzen kannst und Unterstützung bei der Klärung von Rechten und vielleicht sogar Hilfe bei der Finanzierung erhältst. Gerade im Audiobereich ist die Frage nach der Urheberschaft nicht immer leicht und eindeutig

zu beantworten. Wenn du zum Beispiel eine Komposition von Clara Schumann für deinen Hörspaziergang nutzen willst, musst du zwar kein Geld an die ursprüngliche Urheberin zahlen, es kommen aber möglicherweise Kosten für die Rechte des Pianisten und der Plattenfirma auf dich zu. [→ GEMA]

CB

ATMO

Stimmengewirr und Geschirrklimpern im Café, Rufe und Wasserplatschen im Freibad, Autohupen und Knattern von Motoren im Feierabendverkehr – die Gesamtheit der Geräusche einer Umgebung nennt man Atmo.

Im Griechischen bedeutet das Wort: Dunst, Dampf, Hauch. Wir könnten also auch von einem „Geräusch-Nebel“ sprechen. Atmo ist ihrer Wirkung nach etwas diffundierendes, räumliches, umhüllendes, umfassendes. Diese Wirkung entsteht nicht plötzlich, direkt und abrupt, sondern ist eher untergründig und subtil. Umso stärker kann sie jedoch sein und das gesamte Geschehen einfärben.

Eine Atmo enthält meist sehr spezifische Informationen über den Raum, aus dem sie stammt – selbst dann, wenn sie diesen Raum künstlich herstellt. Man hört, ob Bäume Blätter tragen und wie das Wetter ist, am Reifengeräusch eines Autos merkt man, ob der Boden nass ist. Manchmal hört man aufgrund der Schallreflexionen sogar, wo eine Mauer steht oder erahnt die Beschaffenheit ihrer Oberfläche. Man nutzt Atmos im Radio oder Film oft, um dem Publikum eine Orientierung zu geben und das Geschehen zu verorten. In Audiowalks haben Atmos naturgemäß

eine andere Funktion, da man sich ja an einem Ort befindet, der seine eigenen Geräusche mitbringt. Hört man während eines Audiowalks durch einen Wald eine Fabrik-Atmo, entsteht sofort eine Konkurrenzsituation und im besten Fall eine produktive dramaturgische Spannung. Erklängt eine Atmo, die zuvor – zum Beispiel mit Binauralmikrofonen (→ MIKROFON) – in demselben Wald aufgenommen wurde, entsteht ein besonderer Effekt: Die Sphären der Realität überlappen sich und werden ununterscheidbar. Bekannt für diese Form ist das Künstlerduo Janet Cardiff und George Bures Miller. Sie nennen das, was dabei entsteht, hyperreal, dritte Realität.

Atmo kann künstlich „gebaut“ werden (→ SOUND DESIGN), in dem Fall werden oft verschiedene Einzelgeräusche (Ebenen) übereinandergelegt.

NL

AUDIOGUIDE

Hörführungen werden seit den 1950er Jahren in Museen und Ausstellungen angeboten. Im Städtetourismus hat der Audioguide als Stadtführung in den frühen 2000er Jahren den Durchbruch erlebt. Im Audioguide geht es im Allgemeinen um die Vermittlung von Informationen. In Museen und Parkanlagen ermöglicht der Audioguide, die Besucherströme zu kanalisieren und die Aufenthaltsdauer zu steuern.

RK

AUFNAHME

Eigentlich eine Selbstverständlichkeit: Guter Sound macht Arbeit und kostet Zeit. Das gilt für fast alle Aufnahmen, egal ob im Tonstudio oder unterwegs. Mittlerweile ist die Technik so weit vorangeschritten, dass man sich für recht wenig Geld passable Mobilrecorder und Mikrofone (→ MIKROFON) leisten kann. Ratgeber dazu gibt es im Netz zur Genüge. Gute Aufnahmetechnik kann man sich bei vielen Verleihfirmen mieten, Beratung oft inklusive. Anders gesagt: Seit ein paar Jahren gibt es einfach keine Ausrede mehr für rauschige und undeutliche Aufnahmen. Wenn das Budget nicht für die Miete eines Tonstudios reicht und du stattdessen die Sprachaufnahmen zu Hause machen möchtest, suche dir einen Raum, der möglichst voll ist. Ein geöffneter Kleiderschrank und ein paar Decken über dem Wäscheständer sind nützliche Helfer in Sachen Schallreduktion. Außerdem gibt es seit einigen Jahren gute Plugins, die den Raumhall reduzieren können.

Hier noch drei hilfreiche Aufnahmeregeln:

1. Kenne dein Equipment, teste und probiere alles vorher ausgiebig aus.
2. Bereite Aufnahmen gewissenhaft vor (um nicht vor Ort ohne Batterie dazustehen).
3. Höre immer alles mit dem Kopfhörer ab und korrigiere, falls Fehlerquellen auftauchen.

NL



B

BESETZUNG

Bewusst oder unbewusst – wenn wir eine Stimme hören, stellen wir sofort viele Fragen: Wie klingt sie? Sympathisch? Attraktiv? Kühl? Unsympathisch? Was ist das für eine Person? Ist sie Muttersprachlerin? Hat sie einen Sprachfehler? Was erzählt all das über sie? Warum genau reizt mich diese eine Stimme so sehr? Warum stößt mich die andere ab? Die alte Frau auf der Straße, die Jungs in der letzten Sitzreihe im Bus: Warum sprechen sie so und was macht das mit mir? Wer Audiowalks macht, sollte diese Fragen verinnerlichen und im Alltag immer wieder mitlaufen lassen. Welche Stereotype transportieren die Stimmen vielleicht? Selbst wenn wir es nicht möchten, reproduzieren wir in der Auswahl unserer Stimmen immer wieder auch rassistische, klassistische und sexistische Klischeevorstellungen. Im Film werden People of Color allzu oft zu People-Of-Color-Themen besetzt. Der Verdacht liegt nahe, dass dies auch im Audiobereich der Fall ist. Mit einer kritischen Besetzungspolitik kann man einen Beitrag leisten, rassistische und andere Stereotype aufzulösen.

NL

BUDGETIERUNG

Audiowalks können mit sehr wenig Mitteln produziert werden. Mit viel Liebe und Idealismus entstehen trotz Geldmangel schöne Arbeiten. Zum Glück gibt es aber zahlreiche Möglichkeiten, ein Projekt durch Förderungen aus öffentlicher Hand, mit der Hilfe von Stiftungen, Stipendien, Sponsorinnen oder Auftraggeberinnen zu finanzieren (→ Finanzierung). Eine Projektbudgetübersicht ist in Form eines Kostenvoranschlages für Auftraggeberin-



nen oder als Finanzierungsplan für einen Förderantrag wichtig. Diese Übersicht ist aber auch für dich selbst wichtig, damit du einen Überblick über die eigenen Finanzen und damit einhergehenden Möglichkeiten der Umsetzung hast. Mit dem Budget entscheidet sich in Teilen schon, ob ein Walk 20 oder 40 Minuten lang wird und ob das Sounddesign eher minimalistisch oder fester Bestandteil der Erzählung wird. Hier eine kurze Auflistung der Posten, die auf jeden Fall für einen Audiowalk anfallen:



CHOREOGRAFIE

Eine Choreografie ist eine Komposition von Bewegungsabläufen in Zeit und Raum. Auch ein Audiowalk lässt sich als Choreografie verstehen, die den Teilnehmenden akustisch eine Bewegungsanleitung vermittelt: „Geh hinter der großen Eiche nach links! Werde langsamer! Kannst du entlang der Boulebahn rückwärts laufen? Bleib an der Litfaßsäule stehen und strecke deine Arme aus!“ Aber nicht nur Sprache, sondern auch Klänge und Geräusche sind Bestandteil der Choreografie. Schrittgeräusche können das Gehtempo der Hörenden beschleunigen oder verlangsamen, ein überraschendes Geräusch kann ein abruptes Stehenbleiben auslösen.

Zur Choreografie eines Audiowalks gehören nicht nur Richtungs- und Wegangaben, sondern auch Bewegungsformen und -geschwindigkeiten (Gehen, Laufen, Hüpfen ...) sowie Körperhandlungen (Strecken, Kauern, Klatschen ...).

Eine Choreografie kann mit klaren Handlungsanweisungen konzipiert sein („Setz dich auf die Bank hinter der Schaukel.“), sie kann aber auch Spielräume für eigene Entscheidungen ermöglichen („Such dir eine Sitzgelegenheit.“) (→ INTERAKTION). Auch die Art der → WEGFÜHRUNG innerhalb des Audiowalks (z. B. klar definierte Route oder Umherschweifen) ist Bestandteil seiner Choreografie.

Die Gruppe LIGNA hat seit 2003 mit ihrem *Radioballett. Übung in nichtbestimmungsgemäßem Verhalten* eine besondere Choreografie entwickelt. Eine Gruppe von Teilnehmenden führt, über Kopfhörer gesteuert, bestimmte Bewegungen und Handlungen in öffentlichen Räumen aus und macht damit auf unser normiertes Handeln in solchen Räumen aufmerksam.

Recherche- und Konzeptionszeit, Skript, Testwalks, Aufnahmen, Tonschnitt und Sounddesign. Plane auch Abstimmungs- und Korrekturschleifen ein. Hinzu kommen können Honorare für Sprecherinnen und Musikerinnen, Tonstudiomiete, Technikmiete, Gebühren für Sounddatenbanken und Bereitstellung des Walks auf einer Audiowalkplattform, Pressematerial und Pressearbeit.

CB

SK

D

DOKUMENTATION

Eine Dokumentation will zeigen, was ist oder was war. Beides kann der Audiowalk leisten, indem er die → GESCHICHTE und/oder die Gegenwart eines Ortes entlang einer Wegstrecke auditiv entfaltet. Verschiedene akustische Bausteine können dazu beitragen, ein dichtes dokumentarisches Hörbild zu erstellen: → O-TÖNE von Zeitzeuginnen genauso wie Ausschnitte aus historischen Radiobeiträgen (→ ARCHIV), professionell eingesprochene Texte und Zitate oder Passagen aus Interviews mit Expertinnen. Auch Expertinnen des Alltags können in Dokumentationen eine wichtige Rolle spielen, indem sie ihre Alltagsperspektive auf einen bestimmten Ort einbringen und ihn so zum Leben erwecken (→ INTERVIEW). Die akustische Collage fördert die Multiperspektivität. Widersprüchliche Meinungen müssen nicht aufgelöst werden, sondern können gleichberechtigt nebeneinander stehen. So kann eine gangbare Audiodokumentation durch ein Quartier, ein Kulturzentrum oder über ein Campusgelände aus den Erzählungen aufgebaut werden. Audiowalks mit dokumentarischem Charakter können auch um fiktionale Elemente ergänzt werden. Beispielsweise können fiktionale Figuren eingeführt werden, die tatsächliche Geschehnisse und Verhältnisse aus einer besonderen, vielleicht auch ungewöhnlichen Perspektive vermitteln. Spannungsvoll können Mischformen zwischen → FIKTION und Dokumentation sein, die Tatsachen, Spekulationen und Poesie miteinander verweben. Ein Beispiel für eine Arbeit „mit dem und gegen das Archiv“ ist der dekoloniale Hörspaziergang *zurückERZÄHLT*. Der Walk erzählt Geschichten von Schwarzen Kindern, Frauen und Männern im Berlin des Jahres 1896 und erweitert Archivmaterial durch Berichte und gegenwärtige Perspektiven von Schwarzen Menschen.

DRAMATURGIE

Das griechische Wort „Drama“ bedeutet einfach nur „Handlung“. Wenn wir von „Dramaturgie“ sprechen, fragen wir unter anderem: Was wird erzählt und wie wird es erzählt? Welche Personen sind Teil der Handlung? Was ist der Einstieg in die Geschichte? Was macht einen guten Anfang aus? Was passiert? Wie werden Neugier und Spannung erzeugt? Wann stellt sich das Gefühl ein, dass eine Geschichte erzählt wird? Warum und wann fühlt sich ein Ende gut und richtig an? Was ist der rote Faden einer Handlung?

Überlegungen zur Dramaturgie gab es schon vor mehr als 2000 Jahren im antiken Griechenland. Damals stand das Theater im Zentrum dramaturgischer Fragestellungen, heutzutage sprechen wir auch bei Kinofilmen, Serien, Büchern, Hörspielen und anderen Erzählformen von „Dramaturgie“.

Menschen, die ihre Schulzeit im deutschsprachigen Raum verbracht haben, haben vermutlich schon mal vom sogenannten Regeldrama mit seiner Akt-Struktur gehört; einer Struktur die ihre Wurzeln in der Antike und ihren Höhepunkt in der französischen Klassik des 17. Jahrhunderts hatte. Noch im 19. und frühen 20. Jahrhundert lieferte das Ideal des „klassischen Dramas“ mit seinen 3 oder 5 Akten oft die Schablone für neue Theaterstücke.

Aus dem Deutschunterricht kennst du vielleicht noch das „Aktmodell“ von Gustav Freytag. Nach ihm lässt sich ein Theaterstück in fünf Teile einteilen. Kurz zusammengefasst:

1. Exposition: Der erste Akt dient dazu, die Charaktere einzuführen, das Setting zu etablieren und den Konflikt vorzustellen. Anders ausgedrückt: das Publikum erfährt, worum es in dem Stück geht.

2. Steigende Handlung: Im zweiten Akt entwickelt sich der Konflikt, die Spannung nimmt zu und die Hindernisse wachsen. Konfrontationen, Intrigen, überraschende Wendungen sowie kleine und große Krisen treiben die Handlung voran.

3. Höhepunkt/Peripetie: Die Konfrontation zwischen den Protagonisten und Antagonisten erreicht ihren Höhepunkt. Es wird klar, dass eine Entscheidung herbeigeführt werden muss. In diesem Akt geschieht die entscheidende Wende, die entweder zum Sieg oder zur Niederlage des Helden führt (übrigens: in den klassischen Dramaturgien wurde der Held stets als Mann gedacht. Heldinnen waren so selten wie Einhörner).

4. Fallende Handlung/Retardierendes Moment: Im vierten Akt verlangsamt sich das Geschehen wieder etwas. Die Konflikte nähern sich ihrem Ende beziehungsweise ihrer endgültigen Lösung.

5. Katastrophe/Auflösung: Im fünften Akt findet die Geschichte ihren Schluss. In der Tragödie mit einer Katastrophe und dem finalen Scheitern des Helden (oft gleichbedeutend mit seinem Tod), in der Komödie mit der Auflösung aller Verwicklungen und einem glücklichen Ende.

Wie gesagt, dieses Modell war lange Zeit attraktiv für so ziemlich alle Menschen, die Stücke für den kommerziellen Theaterbetrieb schrieben. Denn es lieferte eine bewährte und anerkannte Schablone für die Produktion neuer Dramentexte.

Die heutigen Vorstellungen von Dramaturgie haben sich weitgehend von diesem Schema gelöst. Dennoch stecken in den

alten Dramentheorien Anregungen und Fragestellungen, die für deinen Audiowalk nützlich sein können:

Hat mein Walk eine Hauptfigur oder, wie es klassischerweise heißt, einen Helden bzw. eine Heldin? Gibt es einen Konflikt, ein Problem, eine wichtige Ausgangsfrage? Was ist der Schauplatz? Gibt es mehrere Teile? Wenn ja, woran erkennt man die? Gibt es Wendepunkte? Wo beginnt, wo endet der erste, zweite, dritte ... letzte Teil? Gibt es am Schluss eine Katastrophe? Oder ein „Happy End“? Oder etwas ganz anderes?

Besonders wichtig ist der Anfang. Auch, wenn du dich bewusst dafür entschieden hast, nicht der Tradition zu folgen, wirst du zu Beginn wahrscheinlich in ein Thema einführen wollen. Oder gehört es zu deinem dramaturgischen Konzept, das Publikum erst einmal im Unklaren und Ungewissen zu lassen? Auch das kann ein guter Anfang sein, sollte aber bewusst geplant werden und nicht etwas sein, das aus Versehen passiert ist. Vielleicht möchtest du auch – ganz klassisch – eine Hauptfigur vorstellen und einen Konflikt etablieren. Wahrscheinlich möchtest du Neugier wecken und „Lust auf mehr“ machen. Aber wie kannst du das erreichen? Vielleicht, indem du komplementär denkst und im positiven Sinne übers „Ziel“ hinausschießt. Wie das? Natürlich kannst du klassisch einsteigen: „In diesem Walk erkunden wir die Arbeiterviertel Musterheims. Wir machen Station bei den Badeanstalten, den Wohneinheiten usw. und werden ... Sehen sie den bunten Plattenbau mit dem blätternden Putz vor sich? Als die ersten Arbeiter in den 50er Jahren hier in frisch geweißelte Wohnungen einzogen, war das für sie eine große Erleichterung. Herr XY erinnert sich noch gut daran.“ Das Ziel, das Thema ist da. Aber wie viel Neugier, wie viel Spannung erzeugt dieser Sprechtext? Anders wäre es, wenn man etwa mit einem O-Ton startet, in dem der Zeitzeuge mit der tollen Stimme vor dem Mikrofon

DRITTER RAUM

akustisch seine Narbe am Knie zeigt und erzählt, wie er sie sich als Kind beim Klettern über eine Mauer zugezogen hat. Warum könnte das als Einstieg einen stärkeren dramaturgischen Zug erzeugen? Vielleicht weil die kinderfeindliche Beton-Architektur für das Viertel charakteristisch ist. Vielleicht sieht man die vielen Mauern während des Walks dann mit anderen Augen. Vielleicht wird später ja auch davon erzählt, wie im Laufe der Zeit die Architektur des Viertels durch neue Maßnahmen menschenfreundlicher gestaltet wurde. Im Übertragenen Sinne wäre damit die Wunde des Jungens verheilt, das Problem gelöst, die Reise zu Ende.

Übers Ziel hinausschießen. Oder auch: Komplementär denken. Andersherum zu denken. Das vermeintlich Nebensächliche zu betonen. Sich zu fragen: Was will ich sagen? Was muss ich dafür zeigen, zu Gehör bringen? Oft erzeugen erst die Widersprüche Spannung: Den Bösewicht im Film als feinsinnig und kultiviert darstellen, Liebe nicht mit dem küssenden Liebespaar darstellen – diese Grundsätze können (natürlich im Übertragenen Sinn) auch für die Dramaturgie eines Audiowalks spannend sein.

NL. AK

Bei der Rezeption eines Audiowalks treffen zwei räumliche Wirklichkeiten aufeinander: die physische Umgebung der hörenden Person mit allen ihren Reizen und Sinnesindrücken sowie die akustische Welt der Audioproduktion. Im Ergebnis entsteht eine weitere Wirklichkeit, ein dritter Raum, der ebenso real wie die beiden anderen ist. Die dritte Wirklichkeit ist mehr als die Kombination von „Außenwelt“ und „akustischer Welt“. In ihr kreieren Imagination, Emotion und Erinnerung der hörenden Person einen ganz eigenen Raum, der eine besondere ästhetische Erfahrung ermöglicht.

(vgl. Johanna Steindorf (2018): *Speaking from Somewhere*. Der Audio-Walk als künstlerische Praxis und Methode

RK



FIKTION

Ohne Realität geht es beim Audiowalk nicht. An einem realen Ort startest du, setzt Kopfhörer auf und läufst los. Beim Hören und Gehen legt sich die auditive Ebene über den Ort. Nicht jeder Audiowalk erzählt von der Geschichte eines Ortes und von den Menschen, die heute hier leben (→ DOKUMENTATION). Im Audiowalk kann auch gesponnen, erdacht, visioniert und fantasiert werden – nicht nur portionsweise, sondern komplett! Die Innenstadt, das Wäldchen oder die Brache können alle zur Bühne einer Erzählung werden, ob Science Fiction, Krimi oder Gesellschaftsroman.

Beispiel: Das Hörstück *Der Kauf* von Paul Plamper bewegt sich an der Grenze zwischen Hörspiel und Audiowalk. Auf einer realen innerstädtische Brachfläche verortet, wird das Thema Gentrifizierung in einer fiktionalen Geschichte verhandelt.

Noch ein Beispiel: Die Audiowalkreihe *#here2hear* versammelt fiktionale Kurzgeschichten, die sich auf einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Situation beziehen, wie die Bushaltstelle oder die Parkbank.

SK



FLÜCHTIGKEIT

Auch wenn die Route im Stadtraum festgelegt und die Audiodatei produziert ist, bleibt der Audiowalk ein flüchtiges Medium. So ist er vergleichbar mit der Aufführung eines Tanz- oder Theaterstückes. Er entsteht erst in dem Moment, in dem du die Kopfhörer aufsetzt und losläufst, und er verschwindet, wenn du die Kopfhörer wieder abnimmst. Erst im Zusammenspiel von Gehen, Hören und dem konkreten Ort und all dem, was zufällig passiert, ist der Audiowalk erlebbar.

Der Audiowalk kann zwar immer wieder gelaufen und gehört werden, er wird jedoch jedes Mal ein anderes, einzigartiges Erlebnis liefern. Die Außenwelt ist eine wichtige Mitspielerin und eine veränderliche Größe. Tageszeiten, Jahreszeiten, Wetter und Temperatur, Menschen und Tiere, sie alle sind – ungefragt und unberechenbar – Bestandteil eines jeden Audiowalks. Eine vorbeiziehende Kindergruppe oder ein Krähenschwarm können in immer neuer Weise den Erfahrungsraum des Audiowalks komplett verändern.

SK

FORM

Wie das Hörspiel lässt sich auch der Audiowalk in unterschiedliche Genres einteilen: so kannst du den Ort zum Setting eines Krimis werden lassen (der Audiowalk *Die StadtSpürnasen* nimmt beispielsweise die Fährte einer verschwundenen Freundin auf), oder du nimmst die Hörerinnen mit auf eine biographische Spurensuche (Beispiel: *Auf Kurt Mühlhaupts Spuren durch Kreuzberg*). Die Rahmenhandlung kann aber auch ein Science Fiction sein (Beispiel: *Rostiger Stahl – Flucht von der fremden Erde* vom Kunstverein Siegen und

dem Bruchwerk Theater). Die Erzählformate sind sehr vielfältig. Das besondere jedoch ist das Zusammenspiel von Ort und Hörerinnen, die durch die Erkundung des Spielortes zu Performerinnen werden.

CB

FUNKTIONALE KLÄNGE

Bei funktionalen Klängen (oder: Funktionsklängen) handelt es sich um akustische Signale, Warnhinweise, enkodierte Nachrichten, Zustands- und Überwachungsinformationen, Sirenen, Glockenklänge und Sonifikationen, also um die akustische Darstellung von Daten.

Was für Geräusche gilt, gilt auch für sie: Sie können sehr spezifische Bedeutungen transportieren. Die Bedeutung eines Funktionsklanges wurde bewusst bei seiner Entwicklung festgelegt, man denke etwa an das Martinshorn. Das bedeutet: Funktionsklänge sind aufs Verstanden-Werden ausgelegt. Viele Funktionsklänge regeln, ordnen, strukturieren unseren Alltag. Das Klicken der Ampel, die Fabriksirene, die Kirchenglocken und ja, das Martinshorn. Diese funktionalen Klänge erzählen oft von Gemeinschaften, von Zugehörigkeit. Auch wenn Funktionsklänge mit negativen Ereignissen verbunden sind, wirken sie doch stark auf Gemeinschaften und schreiben sich ein in die kollektive Identität. Ein Beispiel dafür ist der charakteristische Klang der Polizeisirenen von New York, der in einem Walk zur Rap-Kultur verwendet wird.

Viele der funktionalen Klänge sind mit einer Handlungsaufforderung verbunden: manchmal muss sofort etwas getan werden, manchmal hängt sogar das eigene Leben an der richtigen Reaktion (zum Beispiel: Luftschuttsirene im Krieg). In anderen Situationen erinnert der Funktionsklang daran, dass etwas einfach nur funktioniert,

zum Beispiel das gleichmäßige Piepsen auf einer Intensivstation. So ergeben sich in einem Audiowalk vielfältige Einsatzmöglichkeiten: Die mit einem Funktionsklang verbundene Handlung kann durch diesen wachgerufen, nachempfunden, vielleicht auch simuliert werden.

Es gibt Funktionsklänge, die Daten und Wissen enthalten und dabei zum Erforschen und Erkunden einladen: Christina Kubisch etwa nutzte in ihrer Audiowalk-Serie *electrical walks* spezielle Mikrofone, die elektroakustische Felder hörbar machen: Das sonst nicht vernehmbare Klicken oder Pulsieren von Bankautomaten und anderen elektronischen Geräten wird dabei direkt erfahrbar. Generell können aber auch andere Arten von Daten in Sounds übertragen werden: Eine Grafik zum Bevölkerungswachstum in einem Stadtteil könnte beispielsweise in Tonhöhen ausgedrückt werden. Kurz: Daten können erzählen!

NL



GEMA

Wer Musikstücke in seinen Audiowalks verwendet, wird früher oder später mit der GEMA zu tun haben. Die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte verwaltet die Nutzungsrechte von 89.000 Komponistinnen, Textdichterinnen, Verlegerinnen und Rechtsnachfolgerinnen. Das bedeutet: Wenn du Musik von Gemakünstlerinnen verwendest – und das sind viele – dann musst du eine Gebühr zahlen. Wie sich diese Gebühr berechnet, hängt von sehr vielen Faktoren ab, auch von der Frage, in welchem Rahmen du die GEMA-Musik spielst. Dafür gibt es gängige Tarife wie Tarif U-K: Konzert, Festival, Kabarett. Das Problem ist aber, dass Audiowalk keinen eigenen Tarif innerhalb des GEMA-Systems hat. Wie also vorgehen? Auf unsere Anfrage bei der GEMA betont diese, dass es „auf die konkrete Ausgestaltung ankommt“ und verweist auf unterschiedliche Tarife, die prinzipiell zur Anwendung kommen könnten: „1. Tarif WR-Kh für eine Audio-Tour in einem Museum mittels Audio-Guides, 2. Tarif VR-OD 10 für eine Audio-Tour mittels einer App, wenn die dort zum Abruf bereitgestellten Inhalte nicht inhaltsgleich über einen eigenen internet- und/oder mobilfunkbasierten Dienst angeboten werden oder 3. Tarif WR-KI wenn es sich um eine Art „Klanginstallation handelt.“ Es ist offensichtlich, dass diese Kategorien bei der Anmeldung der meisten Audiowalks wohl nicht sehr viel helfen. Zusätzlich erinnert die GEMA auf unsere Anfrage daran, dass durch einen Audiowalk durchaus auch Herstellungs- und Vervielfältigungsrechte betroffen sein können. Es bleibt also nur je nach Fall genauer nachzuforschen (eine Übersicht findet sich hier: <https://www.gema.de/de/musiknutzer/tarifuebersicht>) und in jedem Fall die GEMA-Mitarbeiterinnen selbst zu kontaktieren. Doch das Grundproblem bleibt bestehen:

Audiowalks fallen aus dem Raster der GEMA. Das bedeutet: Fehler bei der Anmeldung sind wahrscheinlich und können im Zweifel kostspielig werden – wovon uns einige Audiowalk-Macherinnen berichteten. Wir haben die GEMA auf das grundsätzliche Problem aufmerksam gemacht und hoffen, dass sich die Anmeldung in Zukunft einfacher gestaltet. Wenn wir die GEMA wiederholt auffordern, hier nachzubessern, könnte das vielleicht Effekte haben.

Die GEMA legt Wert darauf, dass ihre Rechte gewahrt werden. In ihrem Auftrag arbeiten mehrere Anwaltskanzleien, die in der Regel bereits dann tätig werden, wenn nur der Verdacht eines Verstoßes gegen das Urheberrecht besteht. Auch der Kulturkosmos Leipzig e. V. hat diese Erfahrung schon gemacht und musste nach einem Kulturfestival eine unbegründete Forderung über 1000 Euro abwehren. Den Erfahrungsbericht kannst du hier nachlesen: [→ <https://volxmusik.de/gema-gibt-wieder-mal-auf.html>]]

NL

GESCHICHTE/ ERINNERUNG

Wie sah es hier früher aus? Was ist damals passiert? In vielen Audiowalks geht es um Fragen zur Geschichte eines Ortes. Während ich ein Stadtquartier, einen Park oder ein altes Hafengelände durchlaufe, erfahre ich per Kopfhörer etwas über die Vergangenheit der Häuser, über die Menschen, die in ihnen gelebt haben, über die Ideen der Architektin oder die Hintergründe stillgelegter Fabriken. Verschwundenes oder Verborgenes, nicht (mehr) Sichtbares, all das kann über einen Audiowalk akustisch wahrnehmbar gemacht werden.

Dabei gehen die Möglichkeiten, die Geschichte(n) eines Ortes im Audiowalk zu behandeln, weit über eine reine Wissensvermittlung zu Sehenswürdigkeiten und historischen Ereignissen hinaus. Im Audiowalk lassen sich unterschiedliche Perspektiven, Themen und Zeiten überlagern, ineinanderschieben und einander gegenüberstellen, indem verschiedene akustische Bausteine collagenartig zusammengefügt werden. Solche Bausteine können → O-TÖNE von Zeitzeuginnen sein, Ausschnitte historischer Radiobeiträge (→ ARCHIV), historische Zitate oder Passagen aus Interviews mit Expertinnen. Unterschiedliche Sichtweisen auf ein historisches Ereignis oder die Veränderung eines Ortes über die Jahre hinweg können dokumentiert und durch den Perspektivwechsel zugleich infrage gestellt werden.

Im Audiowalk *Memory Field* von Janet Cardiff und George Bures Miller, der verschiedene Epochen und politische Ordnungen vom 19. bis zum 21. Jahrhundert miteinander verknüpft, wird die durchschrittene Landschaft als Erinnerungsspeicher bezeichnet. In diesem Walk wird auf eine antike Mnemotechnik verwiesen: bei der Merkmethode „Gedächtnispalast“ werden Erinnerungsbilder bei einem gedanklichen Rundgang durch ein imaginiertes Haus abgelegt. Bei Bedarf können sie wieder abgerufen werden, indem man dieselben Wege im Haus erneut gedanklich abschreitet. Die Erinnerungsversuche in *Memory Field* münden in der Erkenntnis, dass alles Vergangene immer aus der Gegenwart heraus gedacht und im Prozess des Erinnerns verändert wird. Audiowalks können erzählen, wie es vermutlich war – aus einer oder aus mehreren Perspektiven. Sie können vermitteln, was an einem bestimmten Ort wahrscheinlich passiert ist, und zugleich auf Forschungslücken oder widersprüchliche Erkenntnisse hinweisen.

Audiowalks können auch fragen, was passiert wäre, wenn ..., oder wie es gewesen sein könnte, falls ...

Ein Audiowalk zu Geschichte und Erinnerung eines Ortes kann rein dokumentarischen Charakter haben. Fiktionale Elemente (→ FIKTION) können die historische Dokumentation ergänzen. Ein Audiowalk kann aber auch spielerisch eine rein fiktive Historie in einen Ort hineinlegen und so die Geschichte eines Ortes neu erfinden.

Beispiel: *Memory Field* von Janet Cardiff und George Bures Miller, Jena-Cospeda 2006

Wegweisender Audiowalk, der bei einem Gang über ein historisches Schlachtfeld verschiedene Zeitschichten miteinander verwebt (binaurale Aufnahmetechnik, die räumliches Hören ermöglicht, typisch für Cardiff/Miller).

Beispiel: *zurückERZÄHLT* von Joel Vogel und Vincent Bababouilabo, Berlin 2022

Ein dekolonialer Hörspaziergang, der Geschichten von den 106 Schwarzen Kindern, Frauen und Männern erzählt, die 1896 Darstellerinnen der ersten Deutschen Kolonialausstellung im Treptower Park in Berlin waren.

Beispiel: *50 Aktenkilometer - Ein begehbares Stasi-Hörspiel* von Rimini Protokoll, Berlin 2011

Wegweisender Audiowalk, der Tondokumente des Staatssicherheitsdienstes der DDR beim Durchlaufen von über 100 sogenannten akustischen Blasen mitten in Berlin hörbar macht. Der Audiowalk liefert keine festgelegte Reihenfolge der Hörstücke und gibt auch keine Laufroute vor, sondern lädt zum freien Umherschweifen ein.

SK

HISTORISCHE ENTWICKLUNG

Im Juli 1979 kam der erste Walkman auf den Markt. Und kurze Zeit später begann die Geschichte des Audiowalks als ortsspezifische und mobile Kunstform. Nun war es möglich, den realen, öffentlichen Raum mit einem medialen, akustischen Raum mobil zu überlagern.

Einer der ersten Audiowalks ist *Walkman Berlin 1986* von Fluxus-Künstler Willem de Ridder (zusammen mit Cora de Ridder und Alvin Curran). Angekündigt wurde die Arbeit als Radio-Art-Spaziergang im Rahmen eines Berliner Musikfestivals. Die Künstlerinnen selbst nannten ihre Arbeit auch Walkman-Theater oder Sono-Theater, die Rezipientinnen waren „Schauspieler und Zuschauer zugleich“.

Der Begriff Audiowalk taucht ab den 90ern vor allem im Zusammenhang mit den Arbeiten von Janet Cardiff vermehrt auf. Cardiff entwickelte eine Form, die bis heute zahlreiche Audiowalks und ähnliche Arbeiten prägte. Bezeichnend für ihre Stücke ist, dass sie mit Kunstkopf und binauralen Mikrofonen arbeitet. Ihre Aufnahmen entstehen meist am Ort der Rezeption. Die mediale akustische Umgebung lässt sich daher beim Hören und Gehen nicht mehr klar von der realen akustischen Umgebung unterscheiden, wodurch eine dritte Wirklichkeit (→ DRITTER RAUM) entsteht.

MM

HÖREN

Beim Audiowalk spielt das Hören naturgemäß eine zentrale Rolle. Aber Hören ist nicht gleich Hören: Es gibt verschiedene Formen: Lauschen, Horchen, Mithören, Anhören, Hinhören, Weghören ... Manche Elemente in deinem Audiowalk regen zum genauen Zuhören an, bei anderen geht es vielleicht um eine Stimmung und das Eintauchen in eine Umgebung. Vielleicht kann es für die Gestaltung hilfreich sein, sich diese unterschiedlichen Hörweisen genauer anzuschauen. Hier ein Vorschlag, angelehnt an den Sound-Theoretiker Michel Chion:

Das Ursachen-Hören: Hier geht es darum, sich beim Hören im Alltag zurechtzufinden, Dinge zuzuordnen oder ihre Herkunft zu erklären. Beim Ursachen-Hören versuchen wir, die Ursache eines Geräusches zu klären. Es ist wohl die gängigste Form des Hörens. „Ich höre Rauschen, das muss der Wind sein. Ich höre Trappeln hinter mir, das müssen Schritte sein.“ Mit Geräuschen dieser Art kannst du bei deinem Walk spannende Effekte erzielen.

Das Hören auf Bedeutungen: Hier geht es um die Interpretation von Sprache oder einem Code. Man hört Radio und folgt dem Inhalt der Nachrichten, achtet dabei nicht auf die Stimme. Beim Hören von Musik taucht es auf: Wenn wir Melodien, Stile und Genres wiedererkennen, dann hören wir auf die Codes und Semantik der Musik.

Das reduzierte Hören: Wenn weder die Ursache eines Klangs noch die Bedeutung der Worte eine Rolle spielt, sondern einfach der Klang in seiner reinen Klanglichkeit: Die sanfte Klarheit eines Akkords, die Rauheit eines Geräuschs. Und das alles ganz unabhängig davon, was die Klangquelle ist. Das reduzierte Hören ist schwer

fassbar und gleichzeitig Hören pur. Nebenbei-Hören: Was eben so auf uns einströmt, wie zum Beispiel die Atmo einer Stadt, die hintergründig auf dich einwirkt. Hier setzt das verwandte Genre der Soundwalks an, zum Beispiel von Barry Truax oder Hildegard Westerkamp. Sie versuchen, das passive Nebenbei-Hören aufzubrechen und, ohne zu sprechen, in geführten Hörspaziergängen (→ SOUNDWALK) genau auf die Geräusche der Welt zu hören. Die Ohren reinigen, schärfen. Ear-Cleaning.

Wie kann man diese Aufteilung für Audiowalks fruchtbar machen? Im ersten Schritt könnte man eigene oder andere Walks auf die jeweiligen Hörweisen hin analysieren. Welche Art des Hörens wird wohl in der Eingangsszene des Walks angeregt? Welche danach? Treten Sounds und Klänge so auf, dass sie eher Ursachen-Hören anregen oder auch das reduzierte Hören?

Vielleicht könnte man folgende Qualitätsregel aufstellen: ein guter Audiowalk schafft es, erstens die unterschiedlichen Hörweisen (auch neue Hörweisen kann man sich hier vorstellen) anzuregen und diese – zweitens – auch gelungen miteinander zu kombinieren.

NL

IMMERSION

Immersion bezeichnet das intensive Eintauchen in eine Geschichte oder Atmosphäre. Das bedeutet, dass sich die Grenze zwischen Realität und Walk auflöst. Ein Audiowalk funktioniert anders als ein Hörspiel oder ein Film, da ja die Aufmerksamkeit zwischen den verschiedenen Sinnebenen hin- und herschwenkt: Mal ist man mehr beim Sound, mal bei den eigenen Vorstellungen, mal bei der realen Umgebung. Die verschiedenen Ebenen können im Zusammenspiel in manchen Walks sehr intensive, immersive Erfahrungen anstoßen. Erst recht

in Verbindung mit Techniken wie 3D-Sound. Paul Plamper etwa hat für seinen Audiowalk Das Akustische Kleistdenkmal einen dreidimensionalen, akustischen Raum gebaut, der täuschend echt ist und beim Hören das Gefühl gibt, sich in einer anderen Sphäre zu bewegen. In vielen Walks spielt Immersion jedoch nur eine kleine oder gar keine Rolle. Wenn eine rote Ampel zum Stehenbleiben auffordert, wird die Immersion jäh durchkreuzt. Das kann vielleicht auch ein Vorteil sein.

NL



INTERAKTION

Der klassische Audioguide im Museum folgt dem Sender-Empfänger-Modell. Die Ausstellungsbesucherin wird von einem Exponat zum nächsten geführt und dabei mit Informationen versorgt.

Ein künstlerischer Audiowalk kann viel mehr. Er kann die Rezipientinnen zu Akteurinnen machen. Er kann zu Interventionen im öffentlichen Raum anstiften und Situationen initiieren, deren Ausgang jenseits des Planbaren liegt.

Beispiele für Interaktionen in Audiowalks:

Im Audiowalk *Werkstatt Wedding* (Massimo Maio) (→ AKTUALISIERUNG) produzieren die Hörspaziergängerinnen selbst Ortsbeschreibungen, die eingearbeitet und von späteren Rezipientinnen der Tour gehört werden.

Space we space (Geräuschkulisse e. V.) lädt die Teilnehmenden auf einer Brachfläche in Leipzig dazu ein, den Ort zum Klingen zu bringen, beispielsweise durch die eigenen Schritte und das Abklopfen und Anschlagen verschiedener Materialien.

RK

INTERVENTION

Eine besondere Form der → INTERAKTION ist das gezielte Agieren des Publikums im öffentlichen Raum. Angeleitet durch die Sprecher-Stimme führen die Hörenden konkrete Handlungen aus: Sie folgen einer zufällig ausgewählten Person, sie bilden eine menschliche Statue, sie zeichnen

etwas auf den Boden... der im Walk behandelte Inhalt wird so zum öffentlich sichtbaren Statement.

Beispiele für Interventionen:

Der Hörspaziergang Friedenau (stadt im ohr) beginnt mit einer Tanz-Lektion. Die Hörenden lernen – Vers für Vers und Schritt für Schritt – die Hymne der Gründungsjahre der Siedlung kennen.

Radioballett – Übung in nichtbestimmungsgemäßem Verweilen (LIGNA) fordert die Teilnehmenden dazu auf, im öffentlichen Raum – allein oder kollektiv – gegen geltende Regeln und Normen zu verstoßen. Das kann ein plötzliches Stehenbleiben im Fußgängerstrom sein, ein Klopfen an Schaufenster oder ein Hinlegen auf dem U-Bahnsteig.

RK

INTERVIEW

Das Interview kann einen Teil deiner Projektrecherche ausmachen und dir helfen, an Quellen und Informationen zu kommen, die du nicht in Archiven findest. Zudem kann das Einspielen von Interviewmaterial den Audiowalk abwechslungsreicher und lebendiger machen (→ ARCHIVMATERIAL).

Versuche, bei der Ausarbeitung deiner Fragen das richtige Maß zu finden: Manchmal ist es gut, nicht zu viel über ein Thema zu wissen, um unbefangener und ergebnisoffener fragen zu können. Bei anderen Gelegenheiten hingegen ist eine gründliche Vorbereitung wichtig.

Es ist auf jeden Fall ratsam, „offene Fragen“ zu stellen, damit dein Gegenüber ausführlicher auf das Thema eingeht und



nicht bloß mit „ja“ und „nein“ antwortet. Überlege dir schon vor dem Interview, ob du das Tonmaterial veröffentlichen oder es ausschließlich zu Recherchezwecken nutzen möchtest. Davon solltest du den Aufnahmeort abhängig machen (→ AUFNAHME). Es kann aber auch sinnvoll sein, das Interview an einem bestimmten Ort zu führen, um direkt die Merkmale des Ortes thematisieren zu können. Zudem kannst du die besondere Stimmung (→ ATMO) eines Schauplatzes einfangen.

Vergewissere dich vor dem Interview, dass dein Gegenüber damit einverstanden ist, dass das Tonmaterial veröffentlicht wird. Das solltest du auch schriftlich festhalten. Wenn deine Interviewpartnerinnen in einer offiziellen Funktion auftreten, kann es sein, dass sie das Interview bzw. die von dir genutzten Ausschnitte vor der Veröffentlichung freigeben möchten. Generell solltest du in der Vorbereitung keinen „Fragenkatalog“ an deine Gesprächspartnerin senden. Umreiß das Thema lieber grob, denn sonst kann es passieren, dass sich die zu interviewende Person ihre Antworten „zurechtlegt“ und das Gespräch zu starr wird. Hören macht grundsätzlich mehr Freude, wenn jemand aus dem Stegreif erzählt.

Wenn du das Interview anschließend durchhörst, solltest du stichpunktartig notieren, an welchen Zeitpunkten welche Themen besprochen wurden. Du kannst auch direkt im Schnittprogramm entsprechende Marker und Kommentare setzen. (→ DOKUMENTATION)

CB

KOPFHÖRER

Das Benutzen von Kopfhörern ist eine sehr körperliche Angelegenheit. Nur ein paar Zentimeter von deinem Trommelfell entfernt sorgen kleine vibrierende Membranen dafür, dass alles, was du hörst, sehr nah an dich herandrängt. Gleichzeitig schirmen (vor allem geschlossene) Kopfhörer vor dem Alltagslärm ab und schützen dich vor „stressigem“ Schall. Michael Bull nennt das privatized auditory bubble. Du bist beim Hören zwar im Hier und Jetzt, aber schaust dir die Welt trotzdem mit anderen Augen an. Durch Abschirmung wird das konzentrierte Beobachten der Umwelt erst möglich. Sie unterstützt die so besondere Wahrnehmung, die uns an Audiowalks fasziniert.

In einigen Fällen ist es sinnvoll, sogenannte geschlossene Kopfhörer auszuwählen. Umgebungen können laut sein, nicht nur bei Baustellenlärm kann eine gute Dämpfung hilfreich sein. Hier ein wenig zu investieren, lohnt sich, denn schließlich gehen Feinheiten, die man mit viel Mühe während der Produktion hergestellt hat, bei billigen Modellen schnell verloren. Andererseits können geschlossene Kopfhörer manchmal zum Sicherheitsproblem für die Teilnehmenden werden. Schließlich kann man beim konzentrierten Hören auch schnell mal ein Auto überhören. Und vielleicht ist es ja doch auch gerade spannend, wenn sich Kopfhörersounds und Umgebungssounds mischen. Du hast die Wahl.

NL





LITERATUR

Eine kleine Sammlung in alphabetischer Reihenfolge:

- Breitsameter, Sabine (2013): Hören gehen. Eine kleine Geschichte der Hörspaziergänge. In: Kracke, Bernd, Ries, Marc (Hg.): Das neue Erzählen. S. 171-183.
- Flückinger, Barbara (2021): Sound Design. Die virtuelle Klangwelt des Films
- Klanglandschaft (Hg.) (2010): Klanglandschaft wörtlich. Akustische Umwelt in transdisziplinärer Perspektive.
- Schafer, R. Murray (2010): Die Ordnung der Klänge. Eine Kulturgeschichte des Hörens.
- Schafer, R. Murray (2002): Anstiftung zum Hören: hundert Übungen zum Hören und Klänge Machen.
- Schaub, Mirjam (2005): Janet Cardiff. The Walk Book.
- Steindorf, Johanna (2019): Speaking from Somewhere: Der Audio-Walk als künstlerische Praxis und Methode.
- Westerkamp, Hildegard (1974/2001): Soundwalking.
- Zindel, Udo; Rein, Wolfgang (Hg.) (2007): Das Radio-Feature.

LINEAR oder NON-LINEAR?

Entwickelst du mit deinem Walk eine in sich schlüssige Geschichte oder eher eine Sammlung von für sich stehenden Geschichten? Du hast die Wahl zwischen einer zusammenhängenden Tour und einer Abfolge von eigenständigen Kapiteln. Unter → WEGFÜHRUNG nehmen wir das auseinander.

RK



MANUSKRIPT

(oder auch Skript/Drehbuch)

Das Manuskript umfasst Sprechtexte, Interviewtranskripte und/oder historisches Tonmaterial. Es bildet die Basis für die praktische Umsetzung des Audiowalks. Hinzu kommen Regieanweisungen und detaillierte Angaben, zum Beispiel zu den Stimmungen der Protagonistinnen und zur Atmosphäre, ggf. auch Angaben zu Klängen, Geräuschen, Musik und zur Atmo sowie zur Verschränkung mit dem Ort.

Im Manuskript werden die Sprecherinnen-texte ausformuliert, Transkripte aus Interviewpassagen ausgewählt und durch Regieanweisungen ergänzt. Das Schreiben des Manuskripts ist der Arbeitsschritt, bei dem es am meisten Ausdauer braucht und auch den Mut, sich von unwichtigen Details zu trennen. Teil des Prozesses sind Testläufe vor Ort. Bei diesen werden Textlänge, Gehgeschwindigkeit und Wegdauer aufeinander abgestimmt und es wird geklärt, ob das Zusammenspiel von Umgebung und Erzählung funktioniert.

Wenn du prüfen möchtest, ob die Grammatik stimmt und alle Sätze gut formuliert sind, solltest du am besten deinen Text laut vorlesen.

Die Sprecherinnen und auch die Sounddesignerin freuen sich über ein übersichtliches Layout.

Es bietet sich an, mit einer Legende zu arbeiten, die auf das jeweilige Dokument angewandt wird. Zum Beispiel: Namen der jeweiligen Sprecherinnen: **bold**, Sprechtext: *regular*, Regieanweisungen: *kursiv*. Große Schriften machen das Lesen und Sprechen einfacher. Für die Formatierung des Textes sind daher 16 – 18 Punkt mit einem Zeilenabstand von 1,5 Zeilen angemessen (wenn möglich darauf achten, dass es keine unschönen Satz-Trennungen

zwischen den Seiten gibt, das erleichtert den Lesefluss) und ein breiter Rand für Notizen.

Um zu einem Manuskript zu gelangen, braucht es mehrere Arbeitsschritte. Ähnlich wie beim Schreiben eines Filmdrehbuchs bieten sich unterschiedliche Varianten, wie das Schreiben eines Exposés oder von Outlines, an.

Ich möchte hier auf die Logline und die Step-Outline eingehen.

Logline

Die Logline bringt mit einem Satz (oder zwei bis drei Sätzen) auf den Punkt, worum es in dem Walk geht. Die Logline ist wichtig für den gesamten Arbeitsprozess bis hin zum finalen Skript – so lässt sich abgleichen ob greifbar machen, worum es geht oder ob die Autorin vom Thema abkommt.

Step-Outline

Hier werden die einzelnen Szenen und der Aufbau in jeweils ein bis drei Sätzen festgehalten. Mit diesem Tool lassen sich leicht Änderungen vornehmen, falls der dramaturgische Aufbau unstimmig ist. In der Step-Outline wird auch der Ortsbezug herausgearbeitet.

CB

MIKROFON

Das Mikrofon ist eines deiner wichtigsten Tools bei der Gestaltung des Audiowalks. Es ist – das wird oft unterschätzt – ein Nadelöhr für die Audio-Qualität. Ein hochprofessionelles Aufnahmegerät mit einem schlechten Mikrofon liefert leider immer noch eine schlechte Aufnahme, andererseits können gute Mikrofone selbst mit einem Smartphone-Interface relativ gute Ergebnisse erzielen. Dabei richtet sich die Wahl des Mikrofons nach der Aufnahmesituation (→ LITERATUR: Zindel/Rein): Für Interviews unterwegs würdest du dir Reporter-Mikrofone anschauen, für Sprachaufnahmen in einem Innenraum etwa ein Radio/Podcastmikrofon (ein Klassiker: Shure Sm54). Möchtest du einen bestimmten Vogel im Wald aufnehmen? Dann könnte ein Richtrohrmikrofon sinnvoll sein. Geht es dir eher um detailreiche Atmo-Aufnahmen? Dann wären kompakte Stereomikros, MS Mikrofone interessant oder auch sogenannte Kunstkopfmikrofone, die beeindruckende Stereo-Effekte erzielen können. Aus diesem Grund werden sie oft für Audiowalks eingesetzt.

Sehr wichtig ist der Schutz des Mikrofons vor Wind, Stößen, Atemgeräuschen oder ähnlichem. Deswegen sollte man bei der Aufnahme (fast) immer mithören und auf jeden Fall Gegenmaßnahmen treffen: Ein Poppenschutz bei Studioaufnahmen, ein Windschutz oder sogar ein Windkorb draußen ist in diesen Momenten unerlässlich. Ein Windschutz ist auch dann wichtig, wenn das Mikrofon in ein Aufnahmegerät integriert ist (Mobilrekorder). Prinzipiell kann es sich lohnen, das Equipment für diese verschiedenen Zwecke zu leihen. Das geht beispielsweise bei Online-Verleihfirmen oder Filmverleihdiensten, die sich



öfter in Großstädten finden. Oft kann dir deren Beratung auch bei deinem Projekt helfen. Das ermöglicht es auch, verschiedene Varianten von Mikrofonen kennen zu lernen. Denn: sie bilden eben nicht 1:1 die Umgebung ab, wie wir sie hören, sondern haben immer einen Fokus, eine bestimmte Richtung.

Um ein natürliches Hörerlebnis kunstvoll und virtuos nachzubilden – zum Beispiel den Klang des Ozeans – reicht es nicht, einfach mit einem Stereomikrofon am Strand auf Record zu drücken. Der Klangforscher Bernie Kraus hat das bei seinen

Naturaufnahmen erkannt: „Es gibt kein Mikrofon, das darauf ausgelegt ist, Meereswellen aufzunehmen. Also musste ich sie aus verschiedenen Perspektiven aufnehmen – aus der Nähe, dem Nahfeld und dem Fernfeld – und später die Signale so zusammenmischen, dass sie in unserem geistigen Ohr eine Illusion von Tiefe, Breite und dem Strand mit eben dieser Welle entstehen lassen.“ Und das kann man auf seinen Aufnahmen hören. Ein Stichwort ist dabei besonders spannend: Nähe. Du kannst mit deinem Mikrofon besondere Eindrücke erzielen, wenn du ganz nah an dein Objekt herangehst und aufnimmst. Eine Stimme, dicht am Mikrofon flüsternd, hat eine spezielle, oft sehr intime Wirkung – ASMR wäre hier das Google-Stichwort.

Zu guter Letzt sei auf ein paar außergewöhnliche Mikrofone verwiesen, die es lohnt auszuprobieren: Körperschallmikrofone, die, auf der Oberfläche von Klangkörpern angebracht, nur Vibrationen aufnehmen, Hydrophone für Unterwasseraufnahmen und 360 Grad Mikrofone. Diese erzeugen aus dem aufgenommenen Sound eine virtuelle dreidimensionale akustische Welt, die sich mitbewegt, wenn du deinen Kopf drehst. Für Audiowalkmacherinnen sicher spannend.

NL

MUSIK

Die Musikoptionen im Audiowalk sind so vielfältig wie die Welt der Musik selbst: Orchesterale Musik, elektronische Musik, Pop, Rock, Musicals, Jazz, experimentelle Musik oder Ambient. Mit Musik vermittelst du Stimmung und Atmosphäre. Egal, welche Musik du verwendest, du rufst immer auch ein kulturelles Vorwissen wach: die besondere Geschichte einer Musik etwa, ihre Rezeptionsgeschichte und die kulturellen Assoziationen, die sie auslöst: Arbeiterinnenlieder als Ausdruck sozialer Kämpfe, Schlager als Ausdruck von Massenkultur, Gangsta-Rap mit seinen Assoziationen zu Kriminalität, Drogenhandel und Gewalt und so weiter. Das gilt besonders für bekannte Stücke. Sie können sehr konkrete Verweise enthalten, auch durch die Texte. Wenn du es weniger konkret möchtest, sind unbekanntere Stücke oder vielleicht sogar extra für den Walk produzierte Musikstücke natürlich eine großartige Wahl. In jedem Fall als Erinnerung: checke die Verwertungsrechte deiner Musik ab (→ GEMA).

Doch noch einmal zurück zur Stimmung und den Gefühlen. Hier kann Musik einiges leisten: Sie kann das Erzählte vorantreiben, unterstützen und untermalen. Sie kann aber auch Kontrapunkte setzen und zum Beispiel einen Text düster und dunkel wirken lassen. Sie kann Orte oder Protagonisten charakterisieren. Hier lohnt sich übrigens ein Blick auf die Leitmotiv-Technik bei Richard Wagner. Musik kann auch eine Art Rhythmus schaffen, etwa, wenn du sie als trennendes Element zwischen Szenen, Orten oder Erzählmomenten nutzt oder um eine bestimmte Gehgeschwindigkeit anzuregen.

Dabei gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wie Musik in einer Szene eingebaut werden kann. Die wichtigste Unterscheidung: Sie kann diegetisch oder nicht-diegetisch sein. So teilt man das im Filmsounddesign auf: Diegetisch ist jene Musik, die die Charaktere der Erzählung ebenfalls hören können, die also – wie die Tanzmusik in Dirty Dancing – direkter Bestandteil der Handlung sind. Nicht-diegetische Musik ist nur für die Rezipientinnen, als Untermalung oder als Kontrapunkt zu hören.

Soweit der Filmsound. Im Audiowalk kommt noch etwas Spannendes hinzu: hier kann Musik auf zweierlei Auspielwegen auftauchen: per Kopfhörer oder aus der realen Umgebung. Ein Beispiel: Du machst einen Audiowalk, der auf seiner Audiospur ein historisches Stadtfest wiederauferstehen lässt, während sich die Laufenden über den leeren Platz bewegen. Die Tanzmusik kommt über Kopfhörer und ist diegetisch. Aber vielleicht steht am Ende deines Audiowalks einer der Protagonisten auf dem Platz und musiziert live auf seiner Geige. Aus diesem diegetischen Spiel zwischen Kopfhörer und realer Welt ergeben sich viele Gestaltungsmöglichkeiten: zum Beispiel, wenn Musik, die erst diegetisch (Marktplatz-Musik vor Ort) auftaucht, dann als diegetische Kopfhörer-Musik in einer fiktiven Szene auftaucht und zuletzt als nicht-diegetische Musik über Kopfhörer, welche die Erzählung untermalt. Musik wird zum verbindenden Element zwischen Fiktion und Erzählung, zwischen Außen und Innen.

NL

N

NACHHALTIGKEIT

Bereits in der Planungsphase wirst du Entscheidungen treffen, die auf den ökologischen Fußabdruck deines Audiowalks Auswirkungen haben. Nicht immer ist die preisgünstigste Variante auch die umweltfreundlichste.

Welche Aufnahmetechnik wirst du einsetzen? Leihen ist oft nachhaltiger als kaufen. Vor allem, wenn die Audioproduktion für dich erst mal ein Experiment, ein Ausflug in eine neue Welt ist. Zu viele Geräte liegen ungenutzt in Schubladen.

Noch größer sind die Auswirkungen bei der Ausspieltechnik: In vielen Projekten werden immer noch Kopfhörer und Abspielgeräte angeschafft, die für eine Handvoll von Aufführungen genutzt werden, um dann in einer Kiste auf das nächste Projekt zu warten. Doch das kommt vielleicht erst in ein paar Jahren. Dann funktionieren die eingebauten Akkus nicht mehr und die Pads der Kopfhörer sind mit der Zeit zerfallen, so dass doch wieder neue Technik gebraucht wird ...

Frag doch mal nach, vielleicht hat das Theater um die Ecke, der nächste Schulclub, die pädagogische Abteilung des Heimatmuseums oder irgendjemand in der Nachbarschaft ein Aufnahmegerät, einen Satz Kopfhörer oder Mp3-Player, die du nutzen kannst.

Beim Ausspielen deines Walks kannst du auch die Technik nutzen, die dein Publikum sowieso in der Tasche hat: Audiowalk-Plattformen haben Apps und Web-Apps entwickelt, über welche die Inhalte (Audios, Texte, Bilder) ortsgenau ausgespielt werden können.

CB, RK

O

O-TON

Originalton-Material besteht aus Aufnahmen von vergangenen Ereignissen und Interviews. So vielfältig diese sind, so unterschiedlich können auch die Aufnahmen sein: eine aufgezeichnete Rede, ein Interview, eine Live-Aufnahme von einem Konzert oder aber auch Field-Recordings. O-Töne können historische Ereignisse greifbar machen und authentisch die Atmosphäre einer bestimmten Zeit transportieren. Nicht immer sind sie selbsterklärend. Manchmal müssen sie durch Sprecherinnen oder als Teil der Erzählung kontextualisiert werden. Manche O-Töne heben sich klanglich sehr vom Rest des Stückes ab. Wenn sie zum Beispiel von einer alten Schallplatte oder einer Kassette stammen, beeinflusst das wesentlich das Hörerlebnis. Solche Eigenheiten und unterschiedliche Qualitäten können stilistisch sehr spannend sein!

→ INTERVIEW → SOUND-DESIGN

CB

ORTSBEZUG

Die Anwesenheit der Hörerinnen am ausgewählten Ort ist wesentlich für den Audiowalk. Jedoch muss sich nicht jeder Audiowalk auf einen konkreten Ort beziehen. Die Idee von einem Ort kann auch weiter gefasst sein. Der Walk *Wege nach Queertopia* schärft zum Beispiel die Sinne für die Umgebung und adaptiert queer-feministische Utopien an die Orte der Hörerinnen. *Everything you can imagine is real* schlägt zwei unterschiedliche Orte zum Hören



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

vor, den Wald und die Bibliothek, und der Audiowalk *A0 - Ein ortsbezogenes Hörspiel an der Autobahn* kann an jeder beliebigen Autobahn gehört werden.

Egal, an welchem Ort und wie der Bezug zu ihm hergestellt wird – bei einem Audiowalk kommt es immer zu einem Abgleich zwischen den Hörerinnen und dem Raum, in dem sie sich bewegen.

Je nach → WEGFÜHRUNG kannst du lenken, worauf sich die Hörerinnen an dem Ort fokussieren.

CB

Dein Audiowalk ist produziert. Die Hörstücke sind auf die Player überspielt oder auf die Plattform hochgeladen. Ein Klick ist der letzte. Fertig! Jetzt erstmal Urlaub und dann warten auch schon die nächsten Projekte!

Fertig? Von wegen! Da kommt noch einiges, für das du Kraft, Ideen und Budget einplanen solltest. Wenn niemand davon erfährt, wird niemand den Audiowalk gehen.

Deshalb ein paar Gedanken zur wichtigen Öffentlichkeitsarbeit:

- Sie beginnt schon früh im Prozess: Du triffst beim Konzipieren und bei der Recherche so viele Menschen, die einen Bezug zum Ort und oder Thema deines Walks haben. Baue dir früh deinen Verteiler auf und lade diese Menschen ein zur:
- **Premierenfeier.** Das Werk und die Beteiligten sollen gewürdigt werden. Gerade virtuelle Kunstwerke brauchen eine Gelegenheit, in der physischen Welt anzukommen. Und ein kollektives Audiowalkerlebnis bietet ein ganz eigenes Potenzial. Als Gruppe unterwegs zu sein und doch individuell in einer Geschichte abzutauchen, kann sehr intensiv erlebt werden. Und im Nachhinein gibt's die Möglichkeit für Gespräche und Rückmeldungen. Danach lasst ihr die Korken knallen. So eine Premierefeier ist auch eine prima Gelegenheit, um Journalistinnen einzuladen.
- Die meisten Audiowalks sind an einen Ort gebunden. Suche dir Partner, die in ihren Netzwerken deine frohe Botschaft streuen (Flyer, Plakate, Newsletter, QR-Codes in Schaufensterscheiben ...).

P

PROTAGONIST*IN

- Wenn du mit Institutionen, Vereinen etc. kooperierst, kannst du auch von deren Netzwerk und PR-Arbeit profitieren.
- Wenn es dein Budget hergibt oder du gerade dein Projekt budgetierst, lass Fachleute ran. Such dir jemanden für die Presse- und Social-Media-Arbeit. Start-ups rät man, mindestens 20% ihrer Ressourcen für die Öffentlichkeitsarbeit einzuplanen. Warum sollte das bei Kulturprojekten anders sein?

RK

Im klassischen Drama ist die Protagonistin die Hauptfigur beziehungsweise die „Heldin“ einer Geschichte. Audiowalks sind jedoch keine Dramen; nicht in jedem Walk gibt es eine Protagonistin, und auch eine Erzählstimme ist nicht zwingend notwendig. Ein Audiowalk kann auch aus Interview- und Soundstücken bestehen, die ganz ohne zentrale Figur funktionieren.

Eine oder mehrere Protagonistinnen helfen nicht nur bei der Orientierung, sie sind die Begleiterinnen auf dem Spaziergang. Sie haben vielleicht auch eine Motivation, die sie antreibt, sich von A nach B zu bewegen.

Welchen Charakter ordnest du deiner Protagonistin zu? Wo kommt sie her, was sind ihre Beweggründe, genau an diesem Ort unterwegs zu sein? Ist die Figur mit dem Ort verbunden, hat sie Angst, muss sie ein Rätsel lösen? Rennt sie vor jemandem weg, sucht sie etwas, möchte sie etwas mitteilen?

Es ist wichtig, die Fragen vorher zu klären, um eine → Dramaturgie zu entwickeln und herauszufinden, was der rote Faden ist. Aus dem Zusammenspiel von der Motivation des Charakters und dem Ort können sich mögliche Szenen ergeben. Und zugleich schaffst du eine Verbindung zu den Hörerinnen, die dieser Route folgen und in die Stimmung/en eintauchen, ja vielleicht sogar eine Beziehung zu der Figur aufbauen. Die Protagonistin kann dabei helfen, vermeintlich Bekanntes aus einer anderen Perspektive zu sehen. Der wahrgenommene Raum ändert sich, wenn ich ihn aus der Sicht einer anderen Person erlebe. Mit Hilfe der Figuren kannst du dir erlauben, ganz banale Dinge umzudeuten und den Raum als Kulisse für neue Ideen zu nutzen.

Im Audiowalk *Rostiger Stahl - Flucht vor der fremden Erde* vom Kunstverein Siegen und dem Bruchwerk Theater begleitet das Publikum einen außerirdischen Forschungsroboter bei seiner Expedition. Die Antennen auf dem Dach eines Bunkers werden aus dieser Perspektive zu einem Mega-Roboter und Skulpturen zu metallisierten Menschen.

CB

PUBLIKUM / ZIELGRUPPE

Ein Audiowalk besteht aus drei Bestandteilen: Ort, Audio und Publikum. Der Inhalt des Walks entfaltet sich dann, wenn die Hörenden den akustisch bespielten Raum durchlaufen. Erst dann wird der Audiowalk realisiert. Das Medium kann ein breites Publikum ansprechen, denn es gibt wenige Barrieren. Audiowalks finden überwiegend im öffentlichen Raum statt und die Audiofiles sind in der Regel jederzeit abrufbar.

Bei der Konzeption deines Projektes solltest du die Zielgruppe deines Walks vor Augen halten: ist es ein eher breit gefächertes Publikum von Jung bis Alt, ein Walk für Akademikerinnen, die ein Thema vertiefen wollen, oder ein Hörspaziergang für Schülerinnen als vermittelndes Format? Davon hängt zum Beispiel die Form der Sprache ab oder wie sehr du Inhalte erklärst oder voraussetzt.

Auch die Interaktion des Publikums mit dem Ort oder anderen Hörenden spielt eine Rolle bei der Konzeption. Überlege dir, ob dein Walk für einzelne Hörerinnen gedacht ist oder für eine Gruppe, die vielleicht gemeinsam Rätsel löst, oder eine Performance im öffentlichen Raum macht.



Auch bei der Wegführung ist es wichtig, an dein Zielpublikum zu denken. Wie gut und wie schnell sind die Personen zu Fuß unterwegs? Können Menschen mit Kinderwagen, Rollator oder im Rollstuhl ebenfalls mitspazieren? Sind die Wege barrierefrei? Barrierearm? Oder sind Trittsicherheit und Kondition wichtige Voraussetzungen für eine Teilnahme?

Die technische Anwendung hängt ebenfalls von deinem Publikum ab: werden die Audios über das eigene Smartphone abgespielt und wenn ja, gibt es für Hörerinnen ohne Smartphone ausleihbare Geräte? Auch die Form der Öffentlichkeitsarbeit, von Plakaten über Anzeigen in Lokalzeitungen bis zu Social Media, hängt von deiner Zielgruppe ab.

CB



R

RECHERCHE

Im Entstehungsprozess eines Audiowalks nimmt die Recherchephase oft die längste Zeit in Anspruch. Sie kann sich über Monate erstrecken. Sind dann die Inhalte zusammengetragen, ist das Skript in wenigen Wochen geschrieben. Und die Studio-Aufnahmen erledigt du bei entsprechender Vorbereitung in Stunden, höchstens in ein paar Tagen. Für Sounddesign und Postproduktion planst du dann noch einmal ein paar wenige, sehr konzentrierte Wochen ein.

In der Recherchephase tauchst du ein in Archive (→ ARCHIVMATERIAL), sprichst mit Menschen, versenkst dich in Bibliotheken und sichtigst alte Tageszeitungen.

Auch die Erkundung des Ortes ist Teil der Recherchearbeit. Du lässt dich einfach treiben, nimmst dir Zeit und lässt dich überraschen von dem, was der Ort dir mitteilt. Mal sind deine Antennen auf Empfang gestellt und lassen alle Signale herein und dann gehst du wieder ganz gezielt konkreten Fragen nach. Eine schöne und aufregende Zeit, diese Recherchephase!

RK

S

SICHERHEIT UND STRAßENVERKEHR

Wir wollen, dass die Hörenden eintauchen in eine Geschichte (→ IMMERSION), sich dem Inhalt hingeben, mit den Augen die reale Umgebung aufnehmen, dabei eigenen Gedanken freien Lauf und etwas Neues entstehen lassen. Und das alles im öffentlichen Raum, der – noch immer – stark vom Autoverkehr geprägt ist!

Natürlich möchtest du bis zum Ende des Audiowalks niemanden in Gefahr bringen. Also bringst du in deiner Einleitung einen warnenden Hinweis unter ... Jedoch sind wir hier schnell bei einem Dilemma, denn zu viel „Beachte dies ...!“ und „Vergiss nicht, dass ...!“ ermüden das Publikum und erhöhen die Sicherheit vermutlich eher nicht. Hier ist Fingerspitzengefühl und Kreativität gefragt. An wen richtet sich der Walk, wie viel „Ermahnung“ willst du unterbringen und wie kannst du sie „verpacken“? Ein schönes Beispiel für einen Audiowalk, der das ganz spielerisch angeht, ist die Geschichte der StadtSpürnasen in Dortmund. Hier wird ein Protagonist zum Mahner, während eine andere Akteurin ihn mit seiner Besorgnis auf den Arm nimmt. So kommt eine witzige Note dazu und das Thema bleibt doch präsent.

RK

SOUNDDESIGN

Sounddesign ist ein gestalterischer Prozess, in dem für das Skript ein klangliches Gesamtkonzept entwickelt und umgesetzt wird: Sprache, Geräusch und Klang werden hier in ein tonästhetisches Zusammenspiel gebracht. Das Sounddesign gibt dir die Möglichkeit, einen akustischen roten Faden zu bauen und die Fantasie der Hörerinnen anzuregen. Denn die Gestaltung des Tons unterstützt im Zusammenspiel mit der erzählten Geschichte und dem Ort die Entstehung eines imaginierten Raums bei den Hörerinnen. Mit dem Sounddesign kannst du auch den Fokus auf bestimmte Details lenken, den Ort lebendiger machen und Stimmungen verstärken. Besonders durch die Arbeit mit 3D-Sounds wird das Hören zu einem immersiven Erlebnis (→ IMMERSION), zu einem klanglichen

Eintauchen. Mit binauralen Mikrofonen und ggf. zusätzlich einem Kunstkopf lassen sich Geräusche dreidimensional einfangen. Beim Abspielen klingt der virtuelle Raum täuschend echt, er verwebt sich mit dem realen Raum und seinen Livegeräuschen. Das kann sehr eindrücklich sein, wenn zum Beispiel ein Auto auf der Tonspur an den Hörerinnen vorbei saust. Der überwiegende Teil des Sounddesigns entsteht erst, wenn das Skript fertig ist. Es ist aber sinnvoll, das Sounddesign im Skript vorzudenken und die Tongestalterin in den Entwicklungsprozess mit einzubeziehen, so kann sie ggf. schon früh genug Musik komponieren oder Field-Recordings machen. Außerdem kann das Sounddesign auch Einfluss auf das Skript haben: so kannst du vielleicht den Sound für sich allein sprechen lassen und ohne Sprache die Geschichte weitererzählen.

CB



S

SOUNDSCAPE/ KLANGLANDSCHAFT

Stell dich an eine belebte Straßenecke und schließe deine Augen! Was hörst du alles? Vielleicht die vorbeifahrenden Autos, Musik aus einem geöffneten Fenster, Vogelgezwitscher, deinen eigenen Atem ... All diese Klänge zusammen, von dir an diesem Ort wahrgenommen, bilden eine Soundscape, auf Deutsch Klanglandschaft. Der kanadische Klangforscher und Komponist R. Murray Schafer hat den Begriff schon in den 1970er Jahren geprägt. Damals hat er das World Soundscape Project ins Leben gerufen, das bis heute als internationales Netzwerk World Forum for Acoustic Ecology Klänge sammelt, archiviert und als Material für neue Kompositionen nutzt. In Europa knüpft das Forum Klanglandschaften an diese Idee an.

Klanglandschaften umfassen nicht nur Landschaften, sondern auch Städte, Straßen, Innenhöfe oder auch das eigene Zimmer. R. Murray Schafer hat in seinem Buch *Anstiftung zum Hören* eine Vielzahl von Übungen und Methoden zusammengestellt, mit denen du dein Ohr schärfen kannst, um die Soundscapes deiner Umgebung deutlicher und differenzierter zu hören. Eine davon ist der → SOUNDWALK. Manche dieser Übungen kannst du auch gut in deinen eigenen Audiowalk integrieren.

SK



SOUNDWALK

Audiowalk, Audioguide, Hörspaziergang, Soundwalk – ist das alles das gleiche? Die klare Antwort: es kommt ganz darauf an! Der Begriff Hörspaziergang wird häufig synonym für das englische Wort Audiowalk benutzt. In seiner ursprünglichen Bedeutung ist Hörspaziergang aber eine Übersetzung der englischen Begriffe Soundwalk oder auch Listening Walk. Sie wurden von dem kanadischen Komponisten und Klangforscher R. Murray Schafer eingeführt, dem es darum ging, die Klänge der Lebensumwelt bewusst und aufmerksam wahrzunehmen und zu erkunden. Schafer ist auch der Schöpfer des Begriffs → SOUNDSCAPE, auf Deutsch Klanglandschaft. Er versteht darunter die Gesamtheit der wahrgenommenen Klänge einer Umgebung, sei es in der Stadt oder in der Landschaft.

Bei einem Soundwalk im Sinne von Schafer werden die Teilnehmenden ohne Kopfhörer durch ein bestimmtes Gebiet geführt. In der ursprünglichen Konzeption, wie sie seit den 1970er Jahren auch die kanadische Komponistin Hildegard Westerkamp durchführt, werden die Soundwalks schweigend durchgeführt, erst im Anschluss werden die subjektiven Hörerfahrungen in der Gruppe ausgetauscht. Wenn du zum ersten Mal an solch einem Soundwalk teilnimmst, wird das vielleicht ein im wörtlichen Sinne Ohren öffnendes Erlebnis. Plötzlich hörst du eine Vielzahl alltäglicher Klänge – Türenschnellen, Windrauschen, Gesprächsfetzen –, denen du gewöhnlich gar keine Beachtung schenken würdest.

Das klassische Format dieser Soundwalks hat sich mittlerweile geöffnet, sie sind kritisch oder meditativ, pädagogisch oder künstlerisch-performativ, die Übergänge sind fließend. Die Teilnehmenden können

dabei in unterschiedlicher Form eingebunden sein: vom stillen, konzentrierten Zuhören bis zum aktiven Erzeugen von Klängen im Zusammenspiel mit der Umgebung, z. B. durch die Aufforderung, einem Treppengeländer oder einer Schaukel Töne zu entlocken (→ INTERAKTION). Dementsprechend werden mittlerweile auch die Bezeichnungen solcher Walks ganz unterschiedlich angewandt: Stehen die Klänge bei einer Audioarbeit im Vordergrund, wird vielleicht eher von Soundwalk gesprochen. Aber auch ein Audiowalk kann die Teilnehmenden unterwegs dazu auffordern, die Kopfhörer abzulegen und auf die Klänge der Umgebung zu lauschen, eigentlich ein typisches Soundwalk-Merkmal. Hier gibt es keine festen Regeln, alle Mischformen sind möglich, sowohl in der Konzeption als auch in der Namensgebung. Die Macherinnen haben das letzte Wort.

SK

STILLE

Spielt Stille in Audiowalks eine Rolle? Absolute Stille sicher nicht. Seit John Cage ist ohnehin klar, dass es diese Stille nicht gibt. Aber vielleicht kann man sich darüber Gedanken machen, ob so etwas wie eine relative Stille in Walks wichtig werden kann. Vielleicht als Pausen – Stille zwischen Sprecher und Musik. Oder als Stille in einem Kellerraum, den der Walk erkundet. Als Stille in einer Zimmerecke, die irgendwie bedeutsam wird. Im Urwald bedeutet sie vielleicht, dass ein Tiger umherschleicht und alle Tiere, die ihn hören, verstummt sind. Die Stille als Gefahr. Anders gesagt: Die Lücke im Klang kann – geschickt eingesetzt – so einiges erzählen.

NL

T

STIMME

Die Stimme, ob als Einzelne oder im Verbund, ist meist der Motor von Audiowalks. Die Erzählstimme hält alle anderen akustischen Elemente zusammen und kann dabei viele wichtige Funktionen übernehmen: eine Hilfestellung geben und erklären, wie der Walk oder die App funktioniert, wohin der Weg führt, worauf man beim Gehen achten sollte und wann alles zu Ende ist. Sie kann leiten und die Blickrichtung vorgeben: „Bitte dreh dich jetzt um ...“, „Oberhalb des Geländers ist eine Glocke angebracht ...“ aber auch kommentieren und erzählen. Sie ist Guide, Helferin, Begleiterin und dabei oft eine enge Vertraute. Schließlich lassen wir sie ganz nah an unser Ohr, teilen mit ihr Dinge, die die Passanten um uns herum nicht wissen. Wie man das in der Inszenierung besonders betonen möchte? Vielleicht, indem man die Stimme ganz nah am Mikro positioniert? Später wird sie dann ebenso nah am Ohr der Hörenden sein, ähnlich wie in sogenannten ASMR-Videos auf Youtube, deren Wirkung komplett auf der Nähe der oft flüsternden Stimmen beruht. Oder vielleicht möchte man die Stimme eher mit dem Ort in Verbindung bringen, dann nimm sie genau dort auf, wo der Audiowalk später stattfindet. Ein Beispiel dafür sind die *Talk Walks* des Spaziergangsforschers Bertram Weishaar. Die Möglichkeiten bei der Inszenierung sind endlos.

NL

TIMELINE

Wenn du dein → TONMATERIAL gesammelt hast, kannst du die vier Ebenen (Stimme, O-Ton, Geräusche, Musik) grafisch als zeitlichen Ablauf anordnen. Ähnlich wie die Tonspuren im Schnittprogramm, legst du vier Zeilen auf einer Zeitachse an und trägst anschließend die Audioelemente ein. Du verschaffst dir so einen Überblick über das Gesamtwerk und seine Länge, weißt, an welcher Stelle du welche Audioinhalte brauchst und kannst farblich markieren, welche Audios noch fehlen.

RK

TONMATERIAL

Du kannst deinen Audiowalk auf vier klanglichen Ebenen gestalten:

- Sprecherin (→ STIMME)
- O-Ton
- Atmo/Geräusche
- Musik

Durch das Verweben dieser vier Ebenen entsteht der akustische Raum, über den du Inhalte und Wegführung transportierst, Emotionen anstößt oder Erinnerungen weckst.

RK

VERMITTLUNG VON INHALTEN



Der Audiowalk lässt sich nicht ohne Vermittlung denken: er schafft Verbindungen zwischen einem Ort und einer Geschichte sowie der hörenden Person. Er kann das klassische Format einer um Sachlichkeit bemühten Wissensvermittlung erweitern und an alltäglichen Orten neue Räume eröffnen. Der Audiowalk regt die Vorstellungskraft der Hörerinnen an, kann sie in das Gehörte hineinziehen und ihre Sinne für Details schärfen. So lassen sich historische Ereignisse greifbarer oder kulturelle Zusammenhänge nachvollziehbarer machen. Dabei kannst du auf vielfältige Weise einen Perspektivwechsel erreichen, indem du beispielsweise dem Blick von Jugendlichen auf ihre Nachbarschaft Raum gibst, die Antennen für die Akustik der Umgebung schärfst, zu Interaktionen einlädst oder Historikerinnen zur Geschichte des Ortes zu Wort kommen lässt, die ihren Blick auf wenig beachtete Themen richten.

CB

WEGFÜHRUNG

Die Wegführung im Audiowalk dient nicht nur der Orientierung, sie markiert den geografischen Rahmen für deinen Walk. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Wegführung umzusetzen. Es gibt lineare und nicht-lineare Audiowalks. Oft wird die erstgenannte Form gewählt: entlang einer fest definierten Route entfaltet sich die Erzählung. Diese folgt dann auch oft zeitlich einer linearen Entwicklung. Eine festgelegte Wegführung eignet sich für einen Audiowalk, dessen Erzählung in sich geschlossen ist oder dessen Inhalte aufeinander aufbauen. Die Stringenz in der Wegführung gewährleistet, dass die Hörerinnen keine Inhalte verpassen, Dinge übersehen oder überhören, die für das Thema relevant sind oder wichtige Bausteine für den Walk bilden. Lineare Hörspaziergänge bieten die

Möglichkeit, eine Geschichte aufzubauen, Charaktere einzuführen und einen Spannungsbogen zu entwickeln. Das Publikum wird geleitet und verlässt sich darauf, dass die Auswahl der Inhalte, des Weges und der Reihenfolge mit Bedacht erfolgte.

Eine non-lineare Audiotour ist eher ein Setzkasten kleinerer Geschichten. Die Hörbeiträge bauen nicht chronologisch aufeinander auf, können sich jedoch aufeinander beziehen. Die Hörerinnen erschließen sich den Ort selbst und entscheiden sich für den Weg und die Reihenfolge der Kapitel. Diese Form der Umsetzung ist vergleichbar mit einem Archiv, das vom Publikum durchsucht wird und in dem es selbst entscheiden kann, wie tief es in die Materie eintaucht.

Besonders, wenn du Inhalte zusammenträgst, die in ihrer Quantität wirken sollen und in ihrer Fülle gar nicht komplett hörbar wären, wirst du dich für einen non-linearen



Walk entscheiden. Ein Beispiel ist *50 Aktenkilometer – Ein begehbares Stasi-Hörspiel* von Rimini Protokoll.

Wege nach Queertopia. Gehen, wie wir leben wollen von Anna Wegricht und *Everything You Can Imagine Is Real* von Martyna Poznańska sind Beispiele einer Unterkategorie von non-linearen Audiowalks. Beide Walks gehen nicht vom Ort, sondern von einem Thema aus und befassen sich mit der (Selbst-)Wahrnehmung des Menschen in seiner Umwelt.

Zur Orientierung wird die Hilfe einer App oder von ausgedruckten Plänen verwendet. In der App ist es zudem möglich, das Abspielen einzelner Audios über die GPS-Technologie zu automatisieren. Sobald die Hörenden in die jeweilige Sound-Bubble eintreten, wird der Audiotrack abgespielt und der Ort lässt sich ohne Karte erkunden. Die Wegführung sollte nicht zu kompliziert sein, damit die Hörenden nicht verloren gehen und vom Inhalt abgelenkt werden.

Eine weitere Methode, die Hörstationen sichtbar zu machen, können QR-Codes sein. Das ist jedoch mit technischen und organisatorischen Hürden verbunden. Möchtest du einen QR-Code dauerhaft im öffentlichen Raum anbringen, zum Beispiel an einer Häuserwand oder einer Parkbank, benötigst du die Genehmigung der Eigentümerin bzw. der zuständigen Behörde.

Neben der Wegführung über eine Karte werden die Zuhörenden durch eine Stimme geleitet. Wenn die Richtungsangaben von einer Figur kommen, die Teil der Erzählung ist, solltest du dir überlegen, wer diese Person ist und warum die Wegangaben zwingender Teil der Geschichte sind. Falls du dich für diese Art der Orientierungshilfe entscheidest, solltest du deinem Publikum trotzdem die Möglichkeit lassen, selbst den



Raum zu entdecken und zu ergründen. Falls du einen linearen Walk planst, solltest du nach Landmarken suchen, also nach topographischen Objekten, die besonders auffallen (Denkmäler, markante Bauwerke) und die helfen können, sich schnell zu orientieren.

Hier noch ein Tipp für den Feinschliff der Wegführung: Bevor du anfängst zu schreiben, solltest du die Route ablaufen und dir anhand einer Karte und der Orientierungspunkte überlegen, wo welche Stationen sind. Wenn du das Skript geschrieben hast, ist es sinnvoll, den Text einzusprechen (geht ganz unkompliziert mit dem eigenen Smartphone) und mit diesem Entwurf einen Testlauf zu machen. So kannst du prüfen, welche Abstände die einzelnen Stationen haben müssen. Es kann etwas knifflig werden, die Länge der Hörbeiträge an die Wegstrecke anzupassen, aber so kann man sicher gehen, dass es keine langen Pausen zwischen den Stationen gibt oder das Publikum länger als gedacht an einem Ort steht. Bei der Planung solltest du daran denken, dass eine Gruppe von Menschen immer viel langsamer unterwegs ist als eine Einzelperson. Bei deinen Probeläufen kann es ggf. also ratsam sein, wenn du etwas langsamer flanierst.

CB

Z

ZEITPLAN

Der Zeitplan hilft dir, die Arbeitsschritte bis zur Fertigstellung des Audiowalks im Blick zu behalten und mit dem Projektteam abzustimmen. Außerdem ist er ein gutes Werkzeug, um Probleme in den Arbeitsabläufen zu erkennen und darauf zu reagieren. Um einen Zeitplan zu erstellen, verschaffst du dir zu Beginn mit einer Liste einen Überblick über alle Aufgaben und Aktivitäten, die anfallen. Diese Liste überträgst du in eine Zeitleiste, in der du zum Beispiel wochenweise deine Meilensteine festlegst. So kannst du die Abläufe übersichtlich einteilen.

Der Zeitplan hilft dir dabei (wie auch der Finanzierungsplan), deine Kapazitäten im Blick zu behalten.

CB

ZUKUNFT

Ein Audiowalk kann eine mögliche Zukunft eines Ortes auditiv vorwegnehmen. Zwischen dokumentarischem und fiktionalem Charakter sind alle Zwischenformen denkbar. Wenn es etwa um den Entwurf eines neuen Stadtquartiers geht, kann der Audiowalk die planerisch vorbereitete Zukunft des Ortes vorstellbar machen und kritisch Alternativen diskutieren („Lasst es uns doch mal anders denken ...“). Der Audiowalk *Archiv der zukünftigen Ereignisse* vom Künstlerduo *Hofmann & Lindholm* nimmt mögliche Ereignisse der Stadtgesellschaft Köln akustisch vorweg, die zwar fiktiv sind, aber an aktuelle Situationen anknüpfen und diese weiterdenken. Komplett fiktional entwickelt sich eine rasante Science-Fiction-Handlung im Audiowalk *Rostiger Stahl* vom Bruchwerk Theater. Nichtsdestotrotz ist dieser Audiowalk fest am konkreten Ort, der Stadt Siegen, verankert, indem Gegenstände entlang der Wegstrecke, vom Mülleimer bis zum Lüftungsschacht, in den Handlungsverlauf eingebaut werden.

Beispiele

· *Archiv der zukünftigen Ereignisse* von *Hofmann & Lindholm*, Köln 2011

Ein Audio-Parcours mit 37 Hörstücken im öffentlichen Raum nimmt Zukunft akustisch vorweg.

· *Rostiger Stahl – Flucht von der fremden Erde* von *Bruchwerk Theater*, Siegen 2022

Die Innenstadt von Siegen wird zum Schauplatz eines wilden Science-Fiction-Plots.

· *Warten/Waiting. Ein Audioguide ins Nichtstun* von *LIGNA*, München 2015

Der Audiowalk holt die Fixierung auf die Zukunft beim Warten in die Gegenwart zurück.

SK

CB - Caroline Böttcher

(1985 in Berlin) ist freiberuflich als Kuratorin, Fotografin, Grafikerin tätig. Außerdem arbeitet sie als Autorin und Produzentin und entwickelt Audiowalks, in denen sie sich insbesondere mit historischen Schauplätzen in Berlin auseinandersetzt. Sie hat Fotografie an der HGB Leipzig studiert und den Master Art in Context an der UdK Berlin.

www.carolineboettcher.com

AK - Angela Kobelt

Angela Kobelt ist Produktionsleiterin, Theatermacherin und Pädagogin.

Zu ihren künstlerischen Arbeitsschwerpunkten gehören darstellende Künste im öffentlichen Raum, performative Hörspaziergänge, multimediale Spektakel und andere hybride Kunstformen.

www.kulturkosmos-leipzig.de // www.angelokobelt.de

SK - Stefanie Krebs

(Dr.-Ing., 1966) ist Landschaftsarchitektin und Professorin für Freiraum- und Gartenkultur an der Hochschule Osnabrück. Mit ihrem Büro *Tonspur Stadtlandschaft* produziert sie Audiowalks und Hörstationen für Stadt und Landschaft, ihre Audioworkshops geben vielen Menschen eine Stimme.

www.tonspur-stadtlandschaft.de

RK - Ruben Kurschat

(1973) studierte Erziehungswissenschaften und arbeitet als Moderator und Prozessbegleiter. Er gibt Workshops zu ortsbezogener Klangerkundung, ist Gründer von *stadt im ohr* und Geschäftsführer von *guidemate* sowie Autor einer Reihe von Hörspielen zum Mitlaufen.

www.stadt-im-ohr.de // www.rubenkurschat.de

LN - Norbert Lang

Radiomacher und Musiker.

www.dreivierdrei.org

MM - Massimo Maio

(1981) hat Kulturwissenschaften mit Schwerpunkt Medien und Musik studiert und widmet sich verschiedenen Formen der Audio-, Radio- und Vermittlungsarbeit. Er ist Autor und Regisseur für Radiofeatures sowie Moderator für verschiedene Hörfunkprogramme und Veranstaltungen. Zudem leitet er Workshops sowie Uni-Seminare zur Radiopraxis.

Soundmarker

Das Kollektiv soundmarker beschäftigt sich seit 2011 mit verschiedenen Formen ortsspezifischer Audioarbeit, beispielsweise mit Audiowalks, Audioguides und Soundwalks. Wir verstehen uns als Labor, in dem theoretische und praktische Auseinandersetzungen zusammenlaufen. In Übungen und Experimenten erkunden wir Potenziale der ortsspezifischen Audioarbeit. Diese fließen in eigene Projekte ein. Außerdem rezipieren wir regelmäßig Audiowalks, Audioguides und Soundwalks. Über unsere Erfahrungen schreiben wir Texte, die wir auf unserer Website veröffentlichen.

www.soundmarker.de

© Die Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt bei den oben genannten Autor*innen der Texte und bei den unten genannten Fotograf*innen und der Grafikerin.

Layout: Caroline Böttcher:

Fotos: Thomas J. Bär: Seiten 8, 12 // Caroline Böttcher: Seiten 3, 5, 7, 21, 22, 25, 30, 37, 38, 39 // Martin Gasch: Seite 43 // Sonja Harth: Seite 15 // Sarah Pertermann: Seite 19

Die Initiative für dieses Projekt kam vom KULTURKOSMOS LEIPZIG E. V. Die inhaltliche Umsetzung lag bei den SOUNDMARKERN, dem Labor für ortsbezogene Audioarbeiten. Technische und inhaltliche Beratung bekamen wir von Guidemate, der Plattform für Audiowalks.



KULTUR.GEMEINSCHAFTEN
Förderprogramm für digitale Content-Produktion in Kultureinrichtungen



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien