

1. Einleitung	1
2. Begriffsdefinition und Abgrenzung	2
2.1 Musiker	2
2.2 Band	2
2.3 Publikum	3
2.4 Verknüpfung zu Kommunikation	3
3. Kommunikationsebenen in der Musik	3
3.1 Kommunikations- und Führungsarten innerhalb einer Band	4
3.1.1 Gleichberechtigter Führungsstil	4
3.1.2 Bestimmender Führungsstil	5
4. Kommunikationsmodell der Lasswell-Formel	6
4.1 Die Botschaft des Bandleaders in der Lasswell-Formel	6
4.2 Validitätsprüfung	7
5. Überlegungen zu einer gelungenen Kommunikation	8
6. Fazit	9
7. Eidesstattliche Erklärung	9
8. Literatur - und Quellenverzeichnis	10

## 1. Einleitung

Fast die Hälfte (43%) aller Menschen in Deutschland besuchen gelegentlich Musikveranstaltungen oder Konzerte.<sup>1</sup> Ob man Live-Konzerte mag oder nicht, fast jeder hört Musik, die ihm gefällt. Musik ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Genau genommen eine Form der nonverbalen Kommunikation, da Musik der Unterstützung von Sprache, dem Ausdruck von Emotionen, der Vermittlung interpersoneller Einstellungen und soziokultureller Informationen über Personen dient.<sup>2</sup> „Musik hat den großen Vorteil, dass sie die üblichen Sprachbarrieren überwindet (...) Musik vereint Völker wie die einzelnen Individuen.“<sup>3</sup> Dies ist vermutlich nicht nur für mich der Grund, täglich Musik zu hören, sondern auch selber zu musizieren.

Die vorliegende Studienarbeit behandelt das Thema *Kommunikation zwischen Musikern innerhalb einer Band*. Die Neugierde über das Thema ist auf meinen Werdegang zurückzuführen. Neben meinem derzeitigen Blog<sup>4</sup>, in welchem ich über Newcomerbands schreibe, spiele ich seit meinem sechsten Lebensjahr Geige. Ich begann mit Notenlehre und Einzelunterricht. Später spielte ich mehrere Jahre in einem Orchester unter Führung eines Dirigenten. Mit fünfzehn Jahren habe ich die Geige gegen eine Gitarre ausgetauscht. Dort fing ich in einer Schulband an und spielte später in einer Band, die von einem Label betreut wurde. Dabei war für mich immer die größte Umstellung gegenüber dem Orchester, dass es keine klare Führung in der Kommunikation gab, sowie sie ehemals durch den Dirigenten stattgefunden hatte. Da sich diese Problematik besonders stark bemerkbar machte, würde ich gern diesen Aspekt etwas näher betrachten und untersuchen wollen. Schließlich war die gescheiterte Kommunikation innerhalb meiner Band der Hauptgrund dafür, dass ich ausgetreten bin. Folgende Fragen haben sich nunmehr für mich gestellt:

*Wie funktioniert die Kommunikation innerhalb einer Band?*

*Welche Funktionen erfüllt der Bandleader im Kommunikationsprozess?*

---

<sup>1</sup> Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2018

<sup>2</sup> Neuhold, T (2009): Nonverbale Kommunikation von Emotionen in musikalischen Aufführungen. Bachelorarbeit, Institut für Musikwissenschaft, Karl-Franzens Universität Graz, S. 6

<sup>3</sup> Osborne, Richard (1989): Herbert von Karajan. Dirigieren – das ist vollkommenes Glück., Gespräche mit Richard Osborne, aus dem Englischen von Christine Mrowietz, München, Zürich: Piper-Verlag, S. 168

<sup>4</sup> [www.bandup.blog](http://www.bandup.blog)

Die Zielsetzung der Studienarbeit ist es, unter Berücksichtigung eines anerkannten Kommunikationsmodells, diese Fragen zu beantworten. Des Weiteren möchte ich anhand eigener Erfahrungen als Musiker Überlegungen für eine gelungene Kommunikation in einer Band diskutieren.

## **2. Begriffsdefinition und Abgrenzung**

Um diese Fragen zu beantworten ist es wichtig, die bedeutsamen Begriffe zu definieren, um eine Basis zu schaffen. Ansonsten käme es zu Diskrepanzen und erhalte keine eindeutigen Informationen darüber, wie die Kommunikation innerhalb einer Band reibungslos stattfinden kann. Um den Kommunikationsprozess in einer Band erfolgreich zu beeinflussen, sollten die Termini „Musiker“, „Band“ und „Publikum“ exakt beschrieben und Zusammenhänge dargestellt werden.

### **2.1 Musiker**

*Musiker* sind Personen, welche auf produzierende oder reproduzierende Art Musik erzeugen. Sie begleiten eine Kunstform, die entweder professionell oder laienhaft ausgeübt werden kann. Musiker konzentrieren sich meistens auf ein bestimmtes Genre.<sup>5</sup> Musik kann alleine ausgeübt werden, jedoch betrachte ich in dieser Studienarbeit das Zusammenspiel verschiedener Musiker als Kollektiv.

### **2.2 Band**

Eine *Band* ist eine Zusammenführung von Musikern, welche meistens unter einem eigenen Namen gemeinsam Musik spielen. Als Band kann auch eine Musikgruppe aus dem Pop- und Jazz-Genre beschrieben werden. Jedoch wird in dieser Studienarbeit auf die Konstellation einer Rockband eingegangen, welche standardmäßig aus den physischen Instrumenten Schlagzeug, Bass und Gitarre besteht. Des Weiteren handelt es sich in dieser Studienarbeit nicht etwa um Bands, die von externen Organen wie Labels oder Managements Entscheidungen vorgeschrieben bekommen, z.B. wie sie sich einzugliedern und zu verhalten haben, sondern um solche, die sich selbst organisieren.

---

<sup>5</sup> Korff, Malte (2018): Wörterbuch der Musik, 6. Auflage, S. 62

### **2.3 Publikum**

Mit dem verwendeten Begriff *Publikum* beschreibe ich in dieser Studienarbeit alle Personen, die ein Live-Konzert besuchen, um sich die Musik von einer Band anzuhören. Dabei sind nicht nur Sympathisanten der Band gemeint, sondern auch neutrale Zuhörer, die keine physische Tendenz zur Band mit einem gewissen Grad an Zuneigung oder Ablehnung bewerten.<sup>6</sup> Somit ist das Publikum meiner Meinung nach nicht mit einem „Fan“ gleichzusetzen. Vielmehr mit einem externen Zusatzfaktor, der vorhanden ist während eine Band auf der Bühne spielt.

### **2.4 Verknüpfung zu Kommunikation**

Obwohl die Begriffe an sich selbsterklärend sind, stellt sich die Frage, was die Kommunikation ausmacht. Die Musiker sprechen verbal untereinander und als Band kommunizieren sie über die selbst erzeugte Musik. Auf der Bühne wird beides vereint. Das Sprechen mit dem Publikum (Ansagen & Interaktion), die auditive Musikerzeugung an sich und die Körpersprache (Mimik & Gestik) sind Faktoren, welche während eines Auftrittes ineinander fließen und existenziell für den Erfolg eines positiven Konzerterlebnisses sind. Um dieses Erleben näher zu beleuchten, sollte auf den Stellenwert der Kommunikation in der Musik näher eingegangen werden.

## **3. Kommunikation in der Musik**

„Musik dient primär der Mitteilung von Gefühlen als eine Form der menschlichen Kommunikation.“<sup>7</sup> Damit möchte Riggerbach sagen, dass es eine Form der Kommunikation gibt, welche keinesfalls nur eine verbale Mitteilung darstellt, die bewusst oder unbewusst aufgenommen werden kann. Es wird dadurch genauso versucht, einen emotionalen Zustand beim Publikum zu erzeugen. Texte sind die einfachste Form, um eine Botschaft innerhalb der Musik zu übermitteln. Da die Liedverse klar verständlich sind und normalerweise nicht verfälscht oder missinterpretiert werden können, sind sie ein beliebtes Stilmittel der Kommunikation. Daher können sie in einer Band gezielt eingesetzt werden, um das Publikum zu erreichen, zu erfreuen oder zu begeistern.

Eine weitere Form der Kommunikation in der Musik, um Gefühle zu übermitteln, ist non-verbal. „Die Sprache allein als Kommunikation reicht nicht aus.“<sup>8</sup> Dies bedeutet, dass durch Musik

---

<sup>6</sup> Alice H. Eagly & Shelly Chaiken (1993): *The Psychology of Attitudes*, S.1

<sup>7</sup> Riggerbach, Paul (2000): *Funktionen von Musik in der modernen Industriegesellschaft*, S. 20

<sup>8</sup> Riggerbach, Paul (2000): *Funktionen von Musik in der modernen Industriegesellschaft*, S. 20

das ausgedrückt wird, was mit Worten nicht zu beschreiben ist. Wenn die Band auf der Bühne steht sind die Interpreten der „Sender“. Das Publikum, welches zuhört, der „Empfänger“. Da die non-verbale Kommunikation von der Band schwieriger zu entschlüsseln ist als die verbale, kann das Publikum eine andere Botschaft aufnehmen, als es von der Band gewollt ist. Durch das codierte Signal kann der Empfänger die daraus sich erschließende Reaktion nicht vorhersehen.<sup>9</sup> Dieser Sachverhalt ist meiner Ansicht nach das Spannende, was Musik ausmacht. Durch die sprachliche Metakommunikation löst das Signal in jeder Person innerhalb des Publikums ein anderes Gefühl aus. Dadurch entstehen Diskussionen, welche verbinden und außerhalb der Musik stattfinden. Durch diesen Entschlüsselungsprozess von codierten Signalen können Songwriter zwar die emotionale Richtung dadurch bestimmen, dass sie ihre Gefühle in einem Lied verarbeiten, in Szene setzen und dem Zuschauer bzw. Zuhörer vermitteln, aber niemals die Reaktion des Publikums vorgeben.

### **3.1 Kommunikations- und Führungsarten innerhalb einer Band**

Es gibt, wie in Unternehmen auch, verschiedene Möglichkeiten sich in einer Band zu organisieren. Gute Organisation gewährleistet professionelle Zusammenarbeit. Im Folgenden möchte ich näher auf die beiden Führungsstile eingehen, welche am häufigsten in Bands wiederzufinden sind.

#### **3.1.1 Gleichberechtigter Führungsstil**

Auf der einen Seite können Musiker beschließen demokratisch zu entscheiden, wobei jeder Musiker das gleiche Stimmrecht hat. Bei dieser Variante kommt es zu Diskussionen, da es oft zu Meinungsverschiedenheiten kommen kann. Es haben dabei alle Musiker dasselbe Stimmrecht und es werden nur einheitliche Entscheidungen beschlossen. Damit herrscht für jeden Musiker Gleichberechtigung. Wichtige Entscheidungen sind unter anderem, wie die Band nach Außen kommunizieren möchte. Dies ist bedeutend, da alle Musiker hinter einer Entscheidung stehen müssen und weil es die Glaubwürdigkeit innerhalb der sozialen Kommunikation stärkt.<sup>10</sup> Nils Kolonko behauptet, dass diese Form der Führung nur funktioniert, wenn alle Musiker die gleichen Ziele und Einstellungen vertreten. Des Weiteren sagt er, dass das Zusammenspiel und die Funktionsfähigkeit als Team wichtiger ist als alles andere. Ein passendes

---

<sup>9</sup> Sender-Empfänger-Modell (nach W. Weaver/C. E. Shannon: The Mathematical Theory of Communication, Illinois 1949)

<sup>10</sup> Nawratil, Ute (1997): Glaubwürdigkeit in der sozialen Kommunikation, S.12

Beispiel verdeutlicht dies: „Die Beatles hatten einen mittelmäßigen Schlagzeuger. Ringo Starr konnte sein Instrument nicht auffallend gut spielen. Als er weltberühmt wurde, gab es tausende Schlagzeuger, die besser als er waren. Der Grund dafür, warum Ringo Starr es [...] geschafft hat, ein Weltstar zu werden, war die Funktionsfähigkeit seiner Band als Gesamtwerk.“<sup>11</sup>

### **3.1.2 Bestimmender Führungsstil**

Kolonko beschäftigt sich mit den vier Gründen, woran Bands scheitern können. Einer davon ist die unterschiedliche Zielsetzung der einzelnen Musiker und die damit verbundene fehlende oder unzureichende Kommunikation untereinander.<sup>12</sup> Auf der anderen Seite gibt es die Führungsart im diktatorischen Sinn, welche sich daraus entwickelt. Bei dieser wird ein Bandleader gewählt, der die Richtung der Kommunikationsentscheidungen vorgibt. Der Bandleader ist somit der Gruppenleiter der Band.<sup>13</sup> In vielen Fällen gründet er die Band und sucht sich Musiker aus, die seinen Vorstellungen und Erwartungen entsprechen. Die Entscheidung für einen Bandleader kann aber auch bei einer schon bestehenden Band ein sinnvoller Schritt sein, um den Kommunikationsprozess zu vereinfachen. Da jeder Musiker unterschiedliche Stärken hat, entscheidet der Bandleader daraufhin die interne Rollenverteilung. Zu den wichtigsten Rollen innerhalb einer Band gehört zum Beispiel die Gestaltung der Proben, das Organisieren von Konzerten, das Marketing oder das Songwriting. Im Kommunikationsprozess ist die Person des Bandleaders besonders interessant zu analysieren, da sie sich nicht wie der Dirigent in einem Orchester verhält. Die einzige Aufgabe von einem Dirigenten ist die Kommunikationsleitung innerhalb der Musiker zu bewerkstelligen. Der Bandleader allerdings ist im aktiven Prozess des Geschehen mit inbegriffen, welches die Bewerkstellung der Kommunikation vor eine besondere Herausforderung stellt. Der gewählte Bandleader lobt, korrigiert, motiviert und kritisiert. Seine Kommunikationsführung wirkt sich sowohl auf die Sprachebene als auch auf diese der Körpersprache aus.<sup>14</sup> Beispielsweise wirken die rhetorischen Prozessen in den Proben reziprok.<sup>15</sup> Im weiteren Verlauf wird nun auf die Kommunikation eines Bandleaders am Beispiel der Lasswell-Formel eingegangen.

---

<sup>11</sup> Konlonko, Nils (2010): Bandologie – Wie man als Musiker seine Band zum Erfolg führt, S. 44

<sup>12</sup> Konlonko, Nils (2010): Bandologie – Wie man als Musiker seine Band zum Erfolg führt, S. 187

<sup>13</sup> Stahl, Eberhard (2007): Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung, S.45

<sup>14</sup> Stecher, Michael (2001): Probenpädagogik, S. 235

<sup>15</sup> Reziprozität (lat. reciprocus, „aufeinander bezüglich“, „wechselseitig“)

#### 4. Kommunikationsmodell der Lasswell-Formel

Politik- und Kommunikationswissenschaftler Harold Dwight Lasswell entwickelte im Jahr 1948 eine Formel, welche den Akt der Kommunikation mit der Beantwortung einer Frage beschreibt. Diese lautet: „Wer sagt was, in welchem Kanal, zu wem, mit welchem Effekt?“<sup>16</sup> Dabei geht er auf die Forschungsbereiche der Kommunikation, Medieninhalt-, Medien-, Rezipienten- und Medienwirkungsforschung ein.<sup>17</sup> Um die vorliegende Studienarbeit kommunikationstheoretisch zu erweitern, werde ich dieses Modell anhand eines Beispiels hinsichtlich einer Konzertsituation näher erläutern.

##### 4.1 Die Botschaft des Bandleaders in der Lasswell-Formel

*Beispiel:* Eine Band mit einem bestimmenden Führungsstil spielt ein Konzert vor einem Publikum und es fällt auf, dass der Schlagzeuger den Takt nicht trifft. Nach Harold Dwight Lasswell wird diese Botschaft wie folgt beschrieben:

1. *Wer:* Da die Band sich für einen bestimmenden Führungsstil entschieden hat, ist der Bandleader die Person, welche dem Schlagzeuger die Information bezüglich des unrhythmischen Taktschlages unterbreiten sollte. Durch diese Aktion ist der Bandleader der Sender der Botschaft bzw. der Kommunikator. Bei einem gleichberechtigten Führungsstil kann der Sender auch eine andere, in- oder externe Person sein. Wenn der Kommunikator eine externe Person ist, wirkt sich dies negativ auf die Band aus.

2. *sagt was:* Hier muss der Sachverhalt vermittelt werden bzw. folgende Frage: “Worüber möchte ich informieren?” Im Beispiel muss gesagt werden, dass der Schlagzeuger den Takt nicht trifft. Diese Botschaft sollte einen Appell beinhalten, der einen Effekt erzielt und Abhilfe schafft.

3. *in welchem Kanal:* Die Klassifikation von dem eingesetzten Medium ist hier von Bedeutung. Wenn der Bandleader es dem Betreffenden direkt mittels Sprache, Mimik, Gestik und Haltung sagt, ist es ein primäres Medium, da es ohne irgendein technisches Hilfsmittel geschieht. Das kann zum Beispiel in der Form geschehen, dass er es ihm während einer Pause ins Ohr flüstert.

---

<sup>16</sup> Harold D. Lasswell: The Structure and Function of Communication in Society. In: Lyman Bryson (Hrsg.): The Communication of Ideas. A Series of Addresses. S. 32–51.

<sup>17</sup> Uwe Sander, Friederike von Gross, Kai-Uwe Hugger (2008): Handbuch Medienpädagogik, S. 198

Er könnte die Botschaft aber auch über ein sekundäres Medium übermitteln, wenn er ein technisches Hilfsmittel hinzunehmen würde. Das wäre dann der Fall, wenn er es ihm über Mikrofon mitteilen würde. Wenn ihm der Schlagzeuger ebenfalls über ein Mikrofon antworten würde, wäre dies der Kanal der tertiären Medien.

4. *zu wem*: Da der Schlagzeuger die Person ist, welche die Botschaft erreichen soll, ist dieser auch der Empfänger der Botschaft. Da jeder einzelne Faktor der Formel voneinander abhängig ist, kann die Veränderung eines einzelnen Parameters den Effekt beeinflussen. Zumal ist die Übermittlung der Botschaft über das Mikrofon eine ganz andere, als diese über den Weg des primären Mediums.

5. *mit welchem Effekt*: Hier begegnen sich alle vormals erwähnten Stufen, fließen zusammen und verbinden sich. Es wird sich mit der Wirkungsforschung beschäftigt. Dabei kommt es darauf an, wie der Empfänger die Botschaft aufnimmt bzw. wie er damit umgeht von dem Moment an, da er sie erhalten hat. Wie geht der Verarbeitungsprozess vonstatten? Ich vermute zunächst einmal, dass es zu einer Auseinandersetzung gekommen wäre, wenn der Bandleader ihm die Information über Mikrofon mitgeteilt hätte. Meines Erachtens würde es besser sein, wenn er ihn mittels Mimik und Gestik auf den fehlerhaften Taktschlag hinweisen würde. Damit hätte er die Botschaft wohlwollend aufgenommen und wäre nicht vor anderen kompromittiert worden.

## **4.2 Validitätsprüfung**

Im Folgenden werden die Aussagen des soeben erwähnten situativen Beispiels hinsichtlich der Lasswell-Formel auf Validität geprüft. Das Ziel der Anwendung dieses Modells ist es, Missverständnisse in der Kommunikation zu vermeiden und den Kommunikationsprozess innerhalb einer Band idealerweise zu optimieren. Da dieses Modell ein Feedback der Rezipienten nicht berücksichtigt, handelt es sich hierbei um ein unidirektionales Modell. Auch werden durch die starke Differenzierung der Forschungsbereiche mögliche Zusammenhänge verdeckt.<sup>18</sup> Es fehlt in der Formel die *Art und Weise*, wie der Sender die Botschaft an den Empfänger übermittelt. Wäre dieses Manko nicht vorhanden, müsste nicht die Frage gestellt werden, welche Reaktion die Botschaft des Bandleaders bei dem Schlagzeuger auslöst. Aus heutiger Sicht lässt sich

---

<sup>18</sup> Otfried Jarren, Hein Bonfadelli (2001): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Stuttgart, Bern, Wien, S. 27.



daher nur geringfügig durch Anwendung dieses Modells der Kommunikationsprozess optimieren, da es eher für die Massenkommunikation geeignet und von Vorteil ist. Trotzdem kann durch regelmäßige Anwendung dieses Modells der Kommunikationsprozess innerhalb einer Band optimiert werden, da die Stufe des Missverständnisses deutlich hervorgehoben und konkretisiert wird. Ebenfalls sollten die Musiker versuchen, eine Ich-Botschaft anstatt eine Du-Botschaft zu vermitteln. Zum Beispiel hätte der Bandleader sagen können: „Ich komme aus dem Takt, wenn du ihn falsch vorgibst“, anstatt zu sagen: „Du triffst den Takt nicht“.

## **5. Überlegungen zu einer gelungenen Kommunikation**

Wie die Kommunikation innerhalb der Band gelingen kann, würde ich mit folgenden Überlegungen aufzeigen und somit einen Bezug zur Forschungsfrage herstellen. Neben vorausgesetzten Verhaltensregeln wie Würde, Respekt und Achtung untereinander, die im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland niedergeschrieben sind, sollten weitere Aspekte herangezogen werden.<sup>19</sup> Die Kommunikation ist von jedem einzelnen Bandmitglied abhängig, dabei spielt es eine große Rolle, wie lange die Bandmitglieder schon gemeinsam spielen. Je länger, desto besser die Kommunikation. Für einen gelungenen Kommunikationsprozess sollten sich Sender und Empfänger einer Botschaft immer wieder reflektieren, wie in der Lasswell-Formel geschlussfolgert wurde. Gegenseitiges Verständnis wirkt sich positiv auf die Kommunikation aus.

Folglich wird nun die Forschungsfrage, welche Funktionen der Bandleader im Kommunikationsprozess übernimmt, beantwortet. Es ist meiner Meinung nach wichtig, dass der Bandleader und die Musiker sich als Team betrachten und dieselben Ziele verfolgen. Ansonsten musizieren sie nicht miteinander, sondern gegeneinander und haben keine gemeinsame Kommunikationsebene, auf der sie sich bewegen. Besonders vor Publikum auf der Bühne nimmt der Bandleader eine sehr wichtige Rolle im Kommunikationsprozess ein. Dort sollte dieser für eine positive Atmosphäre innerhalb der Band sorgen. Es gibt also verschiedene Möglichkeiten, den Kommunikationsprozess innerhalb einer Band und mit dem Bandleader gemeinsam zu optimieren.

---

<sup>19</sup> Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland Artikel 1, Absatz 1

## **6. Fazit**

So verschiedenartig Menschen durch ihr Elternhaus, ihr soziales Umfeld oder ihre Kultur geprägt sind, so verschieden kann der plötzliche Effekt sein, welcher ausgelöst wird, nachdem die Nachricht empfangen wurde. Sorgfalt, Verantwortungsbewusstsein, Mitmenschlichkeit, Sensibilität und Rücksichtnahme sind wesentliche Faktoren für eine gelungene Kommunikation. In diesem Zusammenhang möchte ich weiterführend auf das Vier-Seiten-Modell von Friedemann Schulz von Thun hinweisen.<sup>20</sup> Dieses Modell trägt zu einem besseren Verständnis bei, welches weitergehend untersucht werden könnte. Da, wie bereits erwähnt, Kommunikation mehr als bloß miteinander reden ist, z.B. Ausstrahlung einer Person, Verhalten, Mimik und Gestik wesentliche Faktoren sind, wäre es meines Erachtens ratsam, den Weg der unmittelbaren Kontaktaufnahme zu bevorzugen. Nur im Falle einer unüberbrückbaren Distanz, d.h. dann, wenn die Standorte lokal verschieden sind, sollte der Weg der medialen Kommunikation gewählt werden. Voraussetzung dafür ist, dass dann die von mir zuoberst aufgeführten Aspekte noch viel mehr berücksichtigt werden sollten, da der unmittelbare Bezug zum Gegenüber fehlt, der durch nichts zu ersetzen ist.

## **7. Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich die Hausarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäß entnommen wurden, kenntlich gemacht sind und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung war.

Unterschrift des Verfassers

---

<sup>20</sup> Schulz von Thun, Friedemann (1981): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation.

## 8. Literatur - und Quellenverzeichnis

1. Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2018
2. Osborne, Richard (1989): Herbert von Karajan. Dirigieren – das ist vollkommenes Glück., Gespräche mit Richard Osborne, aus dem Englischen von Christine Mrowietz, München, Zürich: Piper-Verlag, S. 168
3. Neuhold, T (2009): Nonverbale Kommunikation von Emotionen in musikalischen Aufführungen. Bachelorarbeit, Institut für Musikwissenschaft, Karl-Franzens Universität Graz, S. 6
4. [www.bandup.blog/impressum](http://www.bandup.blog/impressum) - Gestalte deinen Bandalltag neu!
5. Korff, Malte (2018): Wörterbuch der Musik, 6. Auflage, S. 62
6. Alice H. Eagly & Shelly Chaiken (1993): The Psychology of Attitudes, S.1
7. Rikkenbach, Paul (2000): Funktionen von Musik in der modernen Industriegesellschaft, S. 20
8. Rikkenbach, Paul (2000): Funktionen von Musik in der modernen Industriegesellschaft, S. 20
9. Sender-Empfänger-Modell (nach W. Weaver/C. E. Shannon: The Mathematical Theory of Communication, Illinois 1949)
10. Nawratil, Ute (1997): Glaubwürdigkeit in der sozialen Kommunikation, S.12
11. Konlonko, Nils (2010): Bandologie – Wie man als Musiker seine Band zum Erfolg führt, S. 44
12. Konlonko, Nils (2010): Bandologie – Wie man als Musiker seine Band zum Erfolg führt, S. 187
13. Stahl, Eberhard (2007): Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung, S.45
14. Stecher, Michael (2001): Probenpädagogik, S. 235
15. Reziprozität (lat. *reciprocus*, „aufeinander bezüglich“, „wechselseitig“)
16. Harold D. Lasswell: The Structure and Function of Communication in Society. In: Lyman Bryson (Hrsg.): The Communication of Ideas. A Series of Addresses. S. 32–51.
17. Uwe Sander, Friederike von Gross, Kai-Uwe Hugger (2008): Handbuch Medienpädagogik, S. 198
18. Otfried Jarren, Hein Bonfadelli (2001): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Stuttgart, Bern, Wien, S. 27.
19. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland Artikel 1, Absatz 1
20. Schulz von Thun, Friedemann (1981): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation.