Programm

29. ARBEITSTAGUNG

der Gesellschaft für Popularmusikforschung e.V. (GfPM)

1. – 3. NOVEMBER 2019

one nation under a groove

IKM

Abteilung Musikwissenschaft, Johannes Gutenberg-Universität (Mainz)

GfPM

IKM Institut für Kunstgeschichte und Musikwissenschaft

Druck: Zentraldruckerei der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Stand: 23. Oktober 2019

PROGRAMM

FREITAG, 1.11.2019

	P3	P4	HS MuWi
14:00	**Eröffnung** Ralf von Appen (GfPM), Petra Fliedner (LKS »Demokratie leben!« RLP), Klaus Pietschmann (Abteilung Musikwissenschaft JGU), Anne Spiegel (Ministerin MFFJIV RLP), Thorsten Hindrichs (#GfPM2019)		
15:00	**Keynote I** »Es is schon sonderboar wann i denk wie es früher war«. Nationalismus in der »postnationalen Konstellation« **Gideon Botsch**		
16:00	**Pause**		
16:30	Frei.Wild — Nationalismus Light. Outsourcing nationalistischen Gedankenguts des deutschsprachigen Raumes oder: Patriotische Projektionen im Safe Space **David Kurta**	Unser Österreich: Überlegungen zur gegenwärtigen Bedeutung von Austropop **Magdalena Fürnkranz**	Nation, Volk oder dumpfe Masse? Eine begriffsgeschichtliche Suche nach dem Populus in der populären Musik **Dietrich Helms**

	Rammsteins »Deutschland« und Frei.Wilds »Südtirol«. Die Nationalisierung der deutschsprachigen Popmusik **Max Alt** *Chair: Melanie Schiller*	Wer hört eigentlich Schlager? Affirmatives Deutsch-Sein und das neue Selbstbewusstsein von Schlagerhörern **Marina Schwarz** *Chair: Barbara Hornberger*	Transnationale Lieder **Eckhard John** *Chair: Mario Dunkel*
18:00			
18:15	»Taylor Nation followed 10.02.2016 😭 ♥«. (Gemeinschaftliche) Identitätsbildungsprozesse auf Instagram am Beispiel weiblicher Taylor-Swift-Fans [GfPM Nachwuchspreis 2019] **Svenja Reiner** *Chairs: Jonas Menze & Melanie Ptatscheck*		
19:00	**›Welcome Drink‹**		

SAMSTAG, 2.11.2019

	P3	P4	HS MuWi
9:30	»Heavy Metal hat (...) einen berechtigten Platz in der sozialistischen Musikkultur.« Wie eine Jugendkultur zu einem staatlich subventionierten Musikgenre in der späten DDR avancierte **Wolf Zaddach**	Television Rules the Nation: Akteure, Ziele und Zielgruppen des Eurovision Song Contests im nationalen Kontext **Aida Hollje**	Fado, Nation and Intangible Cultural Heritage: perspectives on building processes and symbolic reinforcements **Maria Santo & Maria de São José Côrte-Real**
	The sound of Teutonic metal: A production perspective on the musical and technological differences of metal music from across the world **Jan Herbst** ***Chair: Markus Verne***	Made in Portugal – Eurovision Song Contest as a gathering point for Portuguese and European identities **Sofia Vieria Lopes** ***Chair: Magdalena Fürnkranz***	Constructing hybrid identity through hybrid music: diasporic music making of Iranian musicians in Los Angeles **Babak Nikzat** ***Chair: N.N.***
11:00	**Pause**		
11:30	**Keynote II** Strategic ignorance and the threat of knowledge in the globalisation of music **Keith Kahn-Harris**		
12:30	**Mittagspause**		

14:00	**Keynote III** ›Nation‹ revisited: Geschichte und Gegenwart eines ambivalenten Konzepts **Maria Alexopoulou**		
15:00	Panel »Popular Music and the Rise of Populism in Europe« **Emilia Barna, Manuela Caiani, André Doehring, Mario Dunkel, Kai Ginkel, Enrico Padoan, Ágnes Patakfalvi-Czirják, Melanie Schiller, Anna Schwenck**	»Verliebt in eine Insel« — Das Irland-Bild in zeitgenössischen deutschen Folk-Rock-Songs **Maria Behrendt**	Cultural Neverland or an Unfinished Project? – György Szabados and the Ambiguous Canonization of the Hungarian Free Improvised Music **Adam Havas** ***Chair: Michael Ahlers***
		»C'est ça qu'on chante en France«. Repräsentation der »Grande Nation« durch populäre Musik in der Bundesrepublik Deutschland der langen 1960er Jahre **Maude Williams** ***Chair: Franziska Meier***	
16:30	**Pause**		
17:00	J-Pop, K-Pop und Co. — Vorstellung nationaler Identität durch Popmusik-Begriffe in Ostasien **Christopher Zysik**	›Selling England by the Pound‹: Collective Licensing and the Soundtrack to a Property-Owning Democracy **Kenneth Barr**	Workshop AG ›Positionen‹ (GfPM / IASPM-D-A-CH)

	Italo Disco — Disco-Musik aus Italien oder eigenständiges Genre? **Paul Kaspar** ***Chair: André Doehring***	›There's a crack in the Union Jack‹ — questioning national identity in the 1990s: the Britpop counter-narrative **Johnny Hopkins** ***Chair: Peter Niedermüller***	
18:30			
19:00			GfPM-Mitgliederversammlung

SONNTAG, 3.11.2019

	P3	**P4**	**HS MuWi**
9:30	Pop music as a vehicle for Populist messages: insights from the Italian case **Enrico Padoan & Manuela Caiani**	Düsseldorf, Krautrock und Kraftwerk: Popmusikalische Erinnerungsorte oder ›deutsche‹ Mythen? **Timor Kaul**	Facetten des Stilpluralismus **Márton Szegedi**
	»Wir betreten neues deutsches Land«? Deutschpop und Nationalismus in der BRD 2004ff. **Alan van Keeken** ***Chair: Eva Krisper***	Heimatserie — Bergserie — Alte Heimatklänge. Musikobjekte und die Kategorie Nation **Benjamin Burkhart** ***Chair: Mechthild von Schoenebeck***	Narrative im Pop: Selbsterzählungen von psychisch erkrankten Musiker*innen **Melanie Ptatscheck** ***Chair: Peter Klose***
11:00	**Pause**		

11:30	Krauts with Contradictions: Nationalism and Anti-nationalism in Hip-Hop in Germany **Terence Kumpf**	The Popcultural Construction of an American Icon: Elvis Presley **Matthias Häußler**	»... und in der Mitte aufm Tisch steht 'ne MPC.« Eine kontextsensitive Analyse von Lernen beim Beatmaking **Chris Kattenbeck**
	HipHop-Musik aus Österreich. Lokale Aspekte einer globalen kulturellen Ausdrucksform **Frederik Dörfler** ***Chair: Dietmar Elflein***	A Presidential Songcatcher: Nationalism in Early American Popular Song **Emily Gale** ***Chair: Dietrich Helms***	Kinder und die Nutzung der Musikcastingshow »The Voice Kids«: Rezeptionsmotive und wahrgenommene Auswirkungen auf das eigene Musizieren **Holger Schramm & Linda Seufert** ***Chair: Eva Schuck***
13:00	**Goodbye! Auf Wiedersehen!**		

BEGRÜßUNG

Freitag, 1.11.19 | 14:00 | P3

Ralf von Appen — Vorstand der Gesellschaft für Popularmusikforschung e.V.

Petra Fliedner — Landeskoordinierungsstelle »Demokratie leben!« in Rheinland-Pfalz

Klaus Pietschmann — Abteilung Musikwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität

Anne Spiegel — Ministerin für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz

Thorsten Hindrichs — Tagungsleitung #GfPM2019

VORTRÄGE

KEYNOTE III

›NATION‹ REVISITED: GESCHICHTE UND GEGENWART EINES AMBIVALENTEN KONZEPTS

Maria Alexopoulou

Samstag, 2.11.19 | 14:00 | P3

Wir erleben seit einigen Jahren einen konservativen Backlash. Konzepte von Globalismus, Transkulturalität, Gerechtigkeit und Demokratie, die sich in unserer hoch vernetzten und verflochtenen Welt immer stärker verbreiten, werden aktuell massiv in Frage gestellt und zurückgedrängt. Dabei arbeitet sich das gesamte politische Spektrum von rechts nach links an dem Konzept ›Nation‹ und seiner Bedeutung für die staatliche, gesellschaftliche und soziale Organisation, sowie für die kulturelle und religiöse Identität von Individuen und Kollektiven ab. Gerade Rechtspopulist*innen gelingt es mittels diesen, im Gegensatz zu Konzepten wie race, Volk oder Klasse weniger toxisch klingenden Begriffs, ihr Gedankengut in die gesellschaftliche Mitte zu tragen.
Die Geburt von Nationen und des Nationalismus war oft auch mit dem Kampf um Selbstbestimmung und demokratische Regierungsformen verbunden. Nationalismus war aber stets auch Vehikel für Rassismus, Expansionismus und Krieg und zur Aushöhlung demokratischer Ideen und Strukturen. Wie stellt sich dieses Geflecht von Traditionen und Wissensbeständen heute dar und welche Bedeutung hat dies für die herkunftsdiverse und pluralistische Einwanderungsgesellschaft Deutschland?

VITA

Maria Alexopoulou wurde an der FU Berlin mit einer Dissertation am John-F.-Kennedy Institut mit dem Titel »Ethnic Foreign Policy in den Vereinigten Staaten von Amerika: Die Griechisch-Amerikaner (1964-1978)« promoviert. Sie beschäftigt sich seit längerem als Public und Oral Historian, von 2013 bis 2014 auch im Rahmen eines soziologischen Projekts, mit der Geschichte und Gegenwart der Einwanderungsgesellschaft Deutschland. Zurzeit arbeitet sie an einer Studie zur neueren Mannheimer Migrationsgeschichte und an einem Post-Doc Forschungsvorhaben zu den Wirkungsweisen von Rassismus auf die Einwanderungsgesellschaft Deutschland. Gemeinsam mit dem

Lehrstuhlinhaber Prof. Dr. Philipp Gassert beteiligt sie sich an einem Projekt zur Inklusion der neueren Migrationsgeschichte in die Erinnerungskultur des deutschen Südwestens. Zurzeit ist sie Research Fellow des Lehrstuhls für Zeitgeschichte und Projektmitarbeiterin am Institut für Mittelstandsforschung der Uni Mannheim.

RAMMSTEINS »DEUTSCHLAND« UND FREI.WILDS »SÜDTIROL«. DIE NATIONALISIERUNG DER DEUTSCHSPRACHIGEN POPMUSIK

Max Alt
Universität Bonn, Abt. für Musik
Sound Studies

Freitag, 1.11.19 | 17:15 | P3

Mit dem Erfolg der *Alternative für Deutschland* bei der Bundestagswahl 2017 ist rechtspopulistisches Gedankengut endgültig in der gesellschaftlichen und politischen Mitte Deutschlands angekommen. Der Rechtsruck lässt sich folglich in vielen, wenn nicht allen Bevölkerungsschichten diagnostizieren. Die Studien der Friedrich-Ebert-Stiftung untermauern diesen Fakt (Zick, Klein & Melzer 2014; Zick & Küpper 2015; Zick, Küpper & Krause 2016). Und so kommt es, dass »[w]as vor kurzem nur in gesellschaftlichen Nischen gesagt wurde, inzwischen zu einem Massenphänomen geworden [ist]« (Bednarz & Giesa 2015: 23) — noch nicht ganz *en vogue* aber allgegenwärtig. Die Spitzenkandidatin der französischen Front National, Marine Le Pen, sprach nach ihrer Wahlnacht von einem historischen Ergebnis und »mit diesem […] haben die Franzosen die Allianz der Patrioten zur ersten Opposition gemacht« (Blume 2017). Marine Le Pen hat Recht: Die rechtspopulistischen Politiker und Parteien Europas sind gekommen, um zu bleiben.

Analog zu den gesellschaftspolitischen Verschiebungen des Rechtsrucks lässt sich eine ähnliche Entwicklung in der Popmusikkultur feststellen. Themen, Werte und Ideenbilder der Neuen Rechte finden sich genreübergreifend in popmusikalischen Phänomenen wieder — in der Heimatduselei der südtirolischen Band Frei.Wild, im patriotischen Schlagerstadl Andreas Gabaliers sowie im nationalistischen Rap von Chris Ares. Der Beitrag dokumentiert zum einen Themen, Sprachbilder und Ideologien der Neuen Rechte anhand von aktuellen Phänomenen der deutschsprachigen Popmusik. Zum anderen soll ein historischer Blick auf die kulturellen Dimensionen von Popmusik in Deutschland verdeutlichen, dass Künstler mit neurechten Inhalten nicht als bloße Anomalie, sondern als eine von vielen Konstituenten verstanden werden müssen, die zu einer allgemein voranschreitenden Nationalisierung der deutschsprachigen Popmusik und ihrer Kultur beitragen (Büsser 2001, 2010, 2011; Peters 2010). Zuletzt dient eine

vergleichende Analyse von Rammsteins »Deutschland« und Frei.Wilds »Südtirol« als Exemplifizierung, wie die *nationale Sache* (Büsser 2001) oder *Nation als imaginierte Gemeinschaft* (Anderson 1983) durch die medientechnische Verfasstheit von Popmusik artikuliert wird. Neben der kulturellen und gesellschaftspolitischen Betrachtung des Themas wird zudem eine in den Sound Studies und in der Musikwissenschaft informierte Analyse angestrebt.

VITA

Max Alt, geboren 1990 in Berlin, studierte Musik- und Kulturwissenschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin sowie an der University of Copenhagen. Er ist Ko-Initiator der Berliner Forschungsgruppe Populäre Musik (FGPM). Zudem war er als Songschreiber, Produzent, Musiker und Produktmanager auf dem Musikmarkt tätig. Seit 2019 ist Max Alt wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität Bonn in der Abteilung für Musikwissenschaft / Sound Studies.

›SELLING ENGLAND BY THE POUND‹: COLLECTIVE LICENSING AND THE SOUNDTRACK TO A PROPERTY-OWNING DEMOCRACY

Kenneth Barr

Samstag, 2.11.19 | 17:00 | P4

This paper examines the role of copyright at an under-researched confluence in the media landscape: television production and pop music. Digitalisation allows cultural artefacts, including recorded music and television content, to be disseminated, consumed and experienced in a frictionless, on-demand environment where conceptions of hard borders and boundaries become increasingly anachronistic. In this context, the role of collective management organisations (CMOs) as cultural intermediaries serving creators, rightsholders and audiences in the national and international setting requires critical attention.

Using BBC 1 property auction programme *Homes Under the Hammer* (*HUH*) as a case study, the paper examines how collectively licensed music is used to soundtrack the ›property-owning democracy‹. Since the Second World War, home ownership has been a desirable aspiration of UK citizens and government policymakers alike. The ›right to buy‹ scheme allowing tenants to purchase state-owned housing is considered a defining ideological cornerstone of 1980s government policy. The increasingly pervasive view of the UK as a ›property-owning democracy‹ was reflected in a glut of aspirational TV programming focused on the acquisition of property. Notable among

these is *Homes Under the Hammer*, which focuses on the sale of property at auction, often ex-local authority housing, invariably for resale or private rental.
HUH is an effective empirical prism, not only because of the prolific use of music to engage the audience and drive the narrative, but in view of its wider cultural significance in the midst of a housing crisis where owning a home is increasingly unattainable for British citizens. This interesting juxtaposition of the acquisition of private property; set to a soundtrack of collectively licensed, intellectual property that subsists in music, has significant resonances with wider conceptions of: tangible and intangible property; democratisation of participation; as well as issues of nationhood and enfranchisement.

Drawing on research that combines quantitative and qualitative content analyses with stakeholder interviews, findings show that although the infrastructure of the digital age potentially allows music by marginal creators to permeate the mainstream, this is not evident here. Instead, the music used in *HUH* is heavily skewed towards ›hits‹ by commercially successful artists whose works are controlled by consolidated transnational rights companies. However, as CMOs come under increased pressure in a changing technological and political landscape, the paper argues that the reciprocal benefits of collective licensing enjoyed by creators, rightsholders and audiences cannot be guaranteed.

»VERLIEBT IN EINE INSEL« DAS IRLAND-BILD IN ZEITGENÖSSISCHEN DEUTSCHEN FOLK-ROCK-SONGS

Maria Behrendt

Samstag, 2.11.19 | 15:00 | P4

Irish Pubs, Riverdance-Shows, St. Patricks's Day-Festlichkeiten: Die irische Kultur und ihre traditionelle Musik — in ihrer globalisierten Form »Irish Folk« genannt — werden spätestens seit der »Neuen keltischen Welle« der 1990er Jahre weit über Irland hinaus rezipiert und sind auch in Deutschland omnipräsent. Doch obwohl die »Neue keltische Welle« in fast allen größeren deutschen Städten zu einer blühenden Irish Folk-Szene geführt hat, kommt der Großteil der deutschen Rezipienten nicht über die traditionell geprägte Folk-Szene mit irischer Musik in Berührung, sondern vielmehr durch ihre Verwendung in Bereichen der populären Kultur. Eine wesentliche Rolle nehmen hierbei — neben der Film- und Gamemusik — deutsche Rock, Pop- und Metalbands ein, die seit den 1990er Jahren vermehrt auf Stilmittel des Irish Folk zurückgreifen, wobei sich

sowohl stilistische Anleihen als auch konkrete Zitate / Übernahmen von traditionellen Melodien finden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei jenen Bands zu, die sich dem Folk-Rock, Folk-Metal oder Pagan-Metal zuordnen, wobei die Genre-Zuordnungen freilich fließend sind. Die deutsche Rezeption des Irish Folk ist demnach nicht nur in traditionell ausgerichteten Pubs und Festivals mit Authentizitätsanspruch zu suchen, sondern muss als integraler Bestandteil der populären Kultur verstanden werden.

Anhand der Songs *Verliebt in eine Insel* der Band *Versengold* und *Ode to Ireland* von *Ghosttown Company* soll die Rezeption des Irish Folk in der aktuellen deutschen Folk-Rock-Szene diskutiert werden. Dabei wird die These aufgestellt, dass die aktuelle populäre Kultur Deutschlands in einer langen Tradition von deutscher Irlandbegeisterung steht, die mit James Macphersons *Ossian*-Dichtungen im späten 18. Jahrhundert und deren intensiven Rezeption im deutschsprachigen Raum im 19. Jahrhunderts begann, sich in den 1950er und 60er Jahren mit Heinrich Bölls *Irischem Tagebuch* sowie dem Folk-Revival fortsetzte und ihren vorläufigen Höhepunkt in der durch die *Riverdance*-Tourneen ausgelösten »Neuen keltischen Welle« der 1990er Jahre fand. Eine musikalisch-textliche Analyse soll offenlegen, inwiefern sich etablierte Irland-Klischees des 18., 19. und 20. Jahrhunderts in der aktuellen Folk-Rock-Musik fortschreiben. Dabei werden auch die unterschiedlichen Hintergründe der Künstler berücksichtigt (so haben die Mitglieder der Band *Versengold* Irland noch nie besucht, während der Song *Ode to Ireland* von *Ghosttown Company* unter dem Eindruck einer real durchgeführten Reise entstand) und Rezipientenmeinungen, etwa in Form von Foren-Einträgen und Rezensionen, untersucht.

VITA

Dr. des. Maria Behrendt schloss ihr Promotionsverfahren 2018 mit einer Arbeit über romantische Aspekte im deutschen Kunstlied der 1830er Jahre an der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar ab. Derzeit arbeitet sie an einem Postdoc-Projekt zur Rezeption der Irish Folk Musik in der populären Kultur im Deutschland des 21. Jahrhunderts, und wird ab 2020 durch ein Anschubstipendium der Universität Jena gefördert. Sie ist Sprecherin der Fachgruppe »Nachwuchsperspektiven« der Gesellschaft für Musikforschung.

KEYNOTE I

»ES IS SCHON SONDERBOAR WANN I DENK WIE ES FRÜHER WAR«. NATIONALISMUS IN DER »POSTNATIONALEN KONSTELLATION«.

Gideon Botsch
Universität Potsdam

Freitag, 1.11.19 | 15:00 | P3

Es is schon sonderboar | wann i denk wie es früher war | so anfoch und so schen | i was des gibt noch wo | durt und do | du wirst schon sehn | es is es land es san die leit.... In den Liedern von Andreas Gabalier ist die »Heimat« meistens sauber, unberührt und heil. Nur selten lässt der österreichische »Volks-Rock'n'Roller« ein Gefühl bedrohlichen Wandels zu, wie in dem Weihnachtslied »Es ist die Zeit«. Anders die französische NSBM-Band »Peste Noire«, die im Video zu ihrem Song »Dans ma nuit« Jahre vor Beginn der Gelbwesten-Proteste eine morbide, abgehängte Provinz in Gegensatz zu einer dekadenten, in arm und reich gespaltenen Großstadt setzt, untermalt durch die Graffiti-Parole Je chie sur votre Metropole (»Ich kack' auf Eure Metropole«). Beide Beispiele sind Ausdrucksformen von Nationalismus in der Popularmusik der Gegenwart.

Aber was ist Nationalismus im 21. Jahrhundert? Das Phänomen hat sich in seiner mehr als zweihundertjährigen Geschichte vielfach gewandelt, unterschiedliche Formen und Funktionen angenommen und sich mit verschiedenen politischen, gesellschaftlichen und ideologischen Bewegungen assoziiert. Gut eingeführte Typologien und Periodisierungen der historischen Nationalismusforschung unterscheiden dabei zumeist zwei Phasen: eine vor Begründung eines modernen Nationalstaats, die häufig demokratische und emanzipatorische Formen annahm, und eine im bestehenden Nationalstaat, die häufig autoritär und aggressiv wurde.

Der Vortrag geht davon aus, dass viele nationalistische Bewegungen der Gegenwart einem dritten, neuen Typus zuneigen, der sich von Nationalismus in prä-nationalstaatlichen und nationalstaatlichen Konstellationen unterscheidet. Heute geht es darum, in einer »postnationalen Konstellation« (Jürgen Habermas) den klassischen Nationalstaat wiederherzustellen, zu »rekonstruieren«.

Hat das Auswirkungen auf die Popularmusik? In der prä-nationalstaatlichen Phase gingen Propheten des Nationalismus im Zuge der »Konstruktion« ihrer Nation daran, den Nationalcharakter durch die Sammlung und Verbreitung von »Volkslied-Sammlungen« herauszuarbeiten, während die Propagandisten des Nationalismus in der national-

staatlichen Phase in heroischen Kampfliedern die Gemeinsamkeiten der Nation mobilisierten und zum Kampf gegen deren »Feinde« aufriefen. Der »rekonstruktive Nationalismus« dagegen sucht trotzig das »Eigene«, »Angestammte« und bringt es gegen das »Fremde«, »Zugewanderte« in Stellung. Ironischerweise partizipiert dieser neue Nationalismus, wo er die Form von Popularmusik annimmt, an internationalen Trends und ist selbst Teil einer globalen Pop-Kultur.

VITA

Gideon Botsch studierte Politikwissenschaft am Fachbereich Politische Wissenschaft der Freien Universität Berlin und wurde 2003 am Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft der FU Berlin mit der Dissertation *»Politische Wissenschaft« im Einsatz. Das Deutsche Auslandswissenschaftliche Institut und die Auslandswissenschaftliche Fakultät der Universität Berlin 1940-1945* promoviert. 2014 folgten die Habilitation sowie Ernennung zum Privatdozenten für das Fach Politikwissenschaft an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Potsdam auf Grundlage einer kumulativen schriftlichen Habilitationsleistung *Die »nationale Opposition« in der Bundesrepublik Deutschland. Studien zur Geschichte der extremen Rechten*. Seit 2017 leitet Gideon Botsch Leiter die ›Emil Julius Gumbel Forschungsstelle Antisemitismus und Rechtsextremismus‹ am Moses Mendelsohn Zentrum, seit 2018 ist er außerdem außerplanmäßiger Professor an der Universität Potsdam.

HEIMATSERIE — BERGSERIE — ALTE HEIMATKLÄNGE. MUSIKOBJEKTE UND DIE KATEGORIE NATION

Benjamin Burkhart
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Zentrum für Populäre Kultur und Musik

Sonntag, 3.11.19 | 10:15 | P4

Musikabspielgeräte sind fester Bestandteil der populären Kultur. Sie sind nicht nur zweckmäßige technische Alltagsbegleiter, sondern bringen unterschiedliche Nutzerchoreografien, sozio-technische Konstellationen und Hörkollektive hervor (vgl. Volmar/Schröter 2013). In diese Musikobjekte können sich im Laufe der Zeit Bedeutungen einschreiben, die aus der Wechselwirkung prospektiver Intentionen vonseiten der Gerätehersteller und der konkreten Nutzung der Hörenden resultieren (vgl. Weber 2008). Gerade in der frühen Phase nationaler Rekonvaleszenz betonten Phonoproduzenten in der jungen Bundesrepublik häufig die regionale bzw. nationale Verankerung

von Musikobjekten. Infolgedessen wurden Radios und Musiktruhen unter Labels wie »Heimatserie« (SABA), »Bergserie« (Lorenz) und »Alte Heimatklänge« (Kaiser) beworben. Aus historischer Perspektive gilt das Interesse des Beitrags diesen prospektiven Vermarktungsintentionen. Herauszuarbeiten ist, inwieweit Kategorien wie Nation und Heimat vor allem im ersten Nachkriegsjahrzehnt vonseiten der Industrie mit Phonoobjekten verknüpft und somit als potenzielle Sinnhorizonte an die Nutzer weitergegeben wurden. Die Quellengrundlage ergibt sich aus Werbeannoncen in Fachmagazinen, aus Firmenschriften, Mitarbeiterzeitschriften und Firmennachlässen. Ausblickhaft werden sodann auch neuere Beispiele diskutiert, um zu eruieren, ob entsprechende Sinnverknüpfungen auch zu späteren Zeitpunkten konstruiert wurden. Insgesamt ist darzustellen, dass Kategorien wie Nation sich nicht nur in den Musikaufführungen, sondern auch in den Musikobjekten der populären Kultur materialisieren können.

VITA

Benjamin Burkhart studierte Musikwissenschaft an der Universität Würzburg und an der HfM Weimar, wo er 2019 promoviert wurde. Seit 2018 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Zentrum für Populäre Kultur und Musik der Universität Freiburg im BMBF-Verbundprojekt »Musikobjekte der populären Kultur«. Arbeitsschwerpunkte: Analyse und Ästhetik populärer Musik und Jazz, qualitativ empirische Methoden in der Musikforschung sowie auditive Medienkulturen in Geschichte und Gegenwart.

HIPHOP-MUSIK AUS ÖSTERREICH. LOKALE ASPEKTE EINER GLOBALEN KULTURELLEN AUSDRUCKSFORM

Frederik Dörfler

Sonntag, 3.11.19 | 12:15 | P3

Yung Hurn benennt sein Debütalbum nach seinem Wiener Heimatbezirk »1220«, die Trackshittaz zelebrieren ihren »Traktorgängstapartyrap« zu Zieharmonikaklängen in Lederhosen und Esref überträgt das traditionelle Wienerlied »Glasscherb'n Tanz« in seinem gleichnamigen Song in das HipHop-Subgenre des Straßen-Rap.
Diese drei Beispiele österreichischer Rapper bzw. Rapformationen zeigen diverse Ansätze, wie HipHop-Künstler_innen in ihrem Schaffen global verbreitete Normen und Trends der HipHop-Musik mit ihrem lokalen (kulturellen) Umfeld sowie ihrer nationalen (oftmals auch regionalen) Herkunft verbinden.

Im Vortrag »HipHop-Musik aus Österreich. Lokale Aspekte einer globalen kulturellen Ausdrucksform« werden einige Ergebnisse der gleichnamigen Dissertation von Frederik Dörfler vorgestellt. Im Zentrum dieser Arbeit stehen die österreichische HipHop-Szene und ihre Musik mit besonderem Fokus auf das Phänomen der »Glokalisierung«. Das Ziel dieser Forschung war es, einerseits erstmals eine umfassende Übersicht über die mittlerweile mehr als 30-jährige Geschichte von HipHop-Musik aus Österreich zu geben. Andererseits sollten definierende Merkmale von HipHop-Subgenres mit Hilfe der Musikanalyse österreichischer HipHop-Stücke untersucht und herausgearbeitet werden. Dabei wurde stets auf den »glokale« Charakter der HipHop-Kultur geachtet, also auf das Zusammenspiel und die Verbindung von globalen und lokalen Tendenzen innerhalb der österreichischen Adaption dieses originär US-amerikanischen Phänomens.

Im Vortrag werden Einblicke in die Entstehung und Entwicklung der österreichischen HipHop-Szene gegeben und exemplarisch anhand österreichischer HipHop-Songs demonstriert, wie sich das Phänomen der »Glokalisierung« in der Musik dieser Szene manifestiert. Gerade HipHop-Musik stellt durch seinen »Realness«-Anspruch die Forderung nach der Verankerung des Schaffens der Künstler_innen im eigenen lokalen Umfeld. Zugleich werden globale, meist aus den USA stammende Trends, immer wieder aufgegriffen und in die eigene Musik integriert. Die dabei entstehenden »glokalen« Tendenzen sind nicht nur in den Texten sowie der visuellen Umsetzung von HipHop-Songs zu finden, sondern auch in der Musik selbst (bspw. durch das Sampeln heimischer Musiker_innen). Mit unterschiedlichen Methoden wird (nicht nur) in der österreichischen HipHop-Musik häufig — und vor allem in den letzten Jahren vermehrt — auf das eigene kulturelle Umfeld und die eigene nationale Herkunft (die nicht Österreich sein muss) Bezug genommen. Diese Methoden stehen neben der Geschichte der österreichischen HipHop-Szene im Zentrum der Präsentation und veranschaulichen, wie globale und (trans-) lokale Tendenzen in der österreichischen HipHop-Musik miteinander verbunden werden und in gegenseitiger Wechselbeziehung stehen.

UNSER ÖSTERREICH. ÜBERLEGUNGEN ZUR GEGENWÄRTIGEN BEDEUTUNG VON AUSTROPOP

Magdalena Fürnkranz
Universität für Musik und darstellende Kunst Wien
Institut für Popularmusik

Freitag, 1.11.19 | 16:30 | P4

Als Ergebnis einer doppelten kulturellen Sozialisation der österreichischen Nachkriegsgeneration vollzog der Austropop seine Genese als primär musikalische Verschmelzung von kulturellen Ausdrucks- und Lebensformen. Mit der Abwendung von kulturellen Traditionen der Elterngeneration angesichts ihrer gesellschaftspolitischen Kontextualisierung näherte sich die nach Legitimierung verlangende anglo-amerikanische Popularmusik dem Wiener Lied an und ermöglichte eine Neuorientierung. Diese kulturelle Ausdrucksform musste sowohl den Bedürfnissen der jungen Generation entsprechen als auch mit der nationalen, kulturellen Hegemonie vereinbar sein. Die Suche nach dem musikalisch Eigenen ermöglichte die Abgrenzung, Einordnung und Profilierung innerhalb einer globalen Bewegung.
Durch Imitation der internationalen Szenen in Ergänzung mit österreichischer Dialektsprache erlangte der Austropop rasch an Popularität, der kaum präzisierte Genrebegriff wurde vor allem durch seine mediale Verbreitung getragen. Als maßgeblich in der Entstehung und Streuung des Begriffs gilt die Rundfunk-Moderatorin Eva-Maria Kaiser, die sich durch von ihr initiierte Talentwettbewerbe den selbstgewählten Titel »Mutter des Austropop« erwarb. Der bewusste Verzicht auf einen internationalen Markt, kann als Ausdruck eines gewissen Grades an neuem Selbstbewusstsein dieser Epoche der österreichischen Musikproduktion gelesen werden, der als Erfolgskonzept bis in die 1980er-Jahre währte.
Nach einer Periode der medialen Ausgrenzung erfährt der genuine österreichische Pop seit Mitte der 2010er-Jahre mit Bands wie Wanda oder Bilderbuch eine Revitalisierung. Die Wiener Liedermacher Ernst Molden & Der Nino aus Wien widmen sich mit dem Album *Unser Österreich* (2015) der Früh- und Mittelphase des Austropop. Der Albumtitel verweist auf eine Verortung, eine Abwendung vom nationalpatriotischen Kleingeist; abseits von Populismus und Patriotismus schultert Molden auf dem Cover eine zerrissene rot-weiß-rote Fahne. Die zwölf Lieder auf dem Duoalbum *Unser Österreich* sind aus dem Kanon des Austropop entnommen, bewegen sich jedoch abseits der »größten Hits«. Der Umgang mit den Songs erinnert an Folklore, die vor dem kollektiven Vergessen bewahrt werden muss, so verweist der Begleittext auf das *Great Austrian Songbook*, was vermutlich eine Analogie zu den Field Recordings von Harry

Smith oder Alan Lomax darstellen soll, allerdings eher an das *Great American Songbook* erinnert.
Die Konstruktion des Begriffs Austropop und seiner Geschichte ausgehend von populärwissenschaftlichen Medien regt zur Reflexion der Vorgehensweisen einer wissenschaftlichen Musikgeschichtsschreibung an, gleichzeitig ermöglicht seine Revitalisierung einen kritischen Umgang mit Sichtweisen und Positionen aus Vergangenheit und Gegenwart. Wenn die Geschichtsschreibung des Austropop als Nationalgeschichte gelesen werden kann, die versucht eine in Hinblick auf die hegemoniale Tradition der Wiener Klassik alternative Historiographie zu vermitteln, welche gegenwärtige Bedeutung hat der Austropop in der Kulturgeschichte Österreichs?

VITA

Magdalena Fürnkranz ist Senior Scientist am Institut für Popularmusik der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien. Ihre Forschung konzentriert sich vorwiegend auf Performativität und Inszenierung in der Popularmusik, Queer Music Studies, Musikszenen in Österreich und New Jazz Studies. Sie ist Mitherausgeberin von *Performing Sexual Identities. Nationalities on the Eurovision Stage* (2017) und Autorin von *Elizabeth I in Film und Fernsehen. De-/Konstruktion von weiblicher Herrschaft* (2019).

A PRESIDENTIAL SONGCATCHER: NATIONALISM IN EARLY AMERICAN POPULAR SONG

Emily Gale

Sonntag, 3.11.19 | 12:15 | P4

Bill Clinton and Barack Obama have often been referred to as the U.S. »pop presidents« (see this conference's call for papers). However, the idea of engaging popular songs for nationalist aims long predates hip convention playlists; it extends back to the United States' founding fathers. In 1999 the Washington Post published an article describing the »discovery« of a set of scrapbooks—a four volume bound set of newspaper clippings—collected and compiled by Thomas Jefferson, the United States' third president during his presidency (1801-1809). In the fourth and final volume, Jefferson collected newsprint clippings of songs, many of which pertain to politics and nationhood; several songs even name Jefferson himself.
Based on archival research at the University of Virginia's Albert and Shirley Small Special Collections Library and Monticello's Jefferson Library, this paper positions Jeffer-

son as an early American pop song collector. I draw on contemporary theories of collecting and insights from Sound Studies to show that Jefferson appropriated popular song for the express purpose of defining national identity in early America. Jefferson's scrapbooks pose a historiographic challenge to current histories of folk and national song, providing us with a previously unacknowledged source on popular music in early America. Contrary to the emphasis on song texts familiar from the folk song literature, the scrapbooks also illustrate an active and complicated transatlantic aural culture. Indeed, Jefferson's song clippings show no musical notation but instead specify the tune to which the contrafacted lyrics ought to be sung. Familiar British tunes such as »To Anacreon in Heaven« and »Rule Britannia« served as the musical basis for the articulation of a lyrically and specifically U.S. national identity. Furthermore, these songs were used in patriotic celebrations and public occasions; the date and occasion of their performance, and the name of the performer/s who sang the songs are often specified in the newsprint clippings.

Finally, I show that the popular songs from Jefferson's scrapbook articulate the affective dimensions of nationalism. Benedict Anderson argues that newspapers, like those excerpted in the scrapbooks, played a central role in imagining a community of limited and sovereign readers. If the scrapbooks serve as some kind of self-consciously fashioned record of public memory that Jefferson kept during his presidency, then such documentation attempted to forge a relationship between national song and national identity within the American imagination. Not only was the nation imagined through print, as Anderson argues, but also through sound.

VITA

Dr. Emily Gale is an interdisciplinary music scholar who specializes in North American popular music. Her book-in-progress, *Sentimental Songs for Sentimental People*, explores the intersections between sentimentality, gender, class, and race with chapters on nineteenth century ballads, *The National Barn Dance*, *Sing Along with Mitch,* and 1970s soft rock. She lives in Berlin where her radio show broadcasts on Threads*/sub_ɬxəɬ and her feminist music column *History Witch* appears in *Schmutz* zine.

DIE POPKULTURELLE KONSTRUKTION EINER AMERIKANISCHEN IKONE: ELVIS PRESLEY

Mathias Häußler
Universität Regensburg

Sonntag, 3.11.19 | 11:30 | P4

Im November 2018 verlieh US-Präsident Donald Trump Elvis Presley posthum die Presidential Medal of Freedom. Doch freilich ist Trump nicht der erste amerikanische Präsident, welcher sich mit dem Glanz Presleys zu profilieren versucht — das obskure Bild des Sängers mit Richard Nixon ist heute das meistverlangte Dokument der Nixon Presidential Library. Und auch in massenmedialen Erzählungen gilt Elvis Presley nach wie vor als quintessenzielle amerikanische Ikone: Bereits in den 1970er Jahren interpretierten Autoren wie Jerry Hopkins oder Greil Marcus Elvis Presley als Allegorie auf den sogenannten »amerikanischen Traum«; erst letztes Jahr nutzte Eugene Jareckis Film »The King« den Sänger als Metapher für den vermeintlichen Verfall des Landes im 21. Jahrhundert.

Zu Beginn der Karriere Presleys sprach jedoch wenig dafür, dass der Sänger zu einer der größten popkulturellen Ikonen Amerikas im 20. Jahrhundert werden würde. Sozioökonomisch gehörte der junge Elvis als »marginalisierter Weißer« der Südstaaten zu jener Bevölkerungsgruppe, welche selbst vom angeblich universalen »amerikanischen Traum« der 1950er Jahre ausgeschlossen schien. National wurde das Auftreten Elvis — das Singen schwarzer Rhythm&Blues-Musik kombiniert mit laszivem Hüftschwung — als Bedrohung einer zutiefst konservativen Gesellschaftsordnung gefürchtet. Und auch international passte der als primitiv angesehene Elvis so gar nicht zu dem Bild eines gesellschaftlich und kulturell hochentwickelten Landes, welches die Vereinigten Staaten im Kalten Krieg propagieren wollten.

Dieser Vortrag untersucht den Wandel Elvis Presleys vom vermeintlichen Außenseiter zu einer der größten popkulturellen Ikonen Amerikas aus zeithistorischer Perspektive. Er argumentiert, dass diese Transformation nicht zufällig geschah, sondern Resultat einer bewussten medialen Konstruktion Presleys als »amerikanische Erfolgsstory« war. Im Angesicht der virulenten Kritik an Presley konzentrierte sich dessen Marketing vor allem auf dessen persönliche — und vermeintlich quintessenziell amerikanische — Erfolgsgeschichte, um somit die kontroverseren Aspekte von Presleys Auftreten zu marginalisieren oder gar komplett auszublenden. Presleys kommerzieller Erfolg und dessen Assoziation mit den kapitalistischen Idealen der USA wurde somit zur gesellschaftlichen Legitimation Presleys genutzt — ein Assimilationsprozess, welcher in dessen Zeit als Soldat in Deutschland gipfelte.

Doch stellte diese Konstruktion Presleys als amerikanische Ikone letztendlich ein zweischneidiges Schwert für die kulturelle Außenwirkung der Vereinigten Staaten dar. Bereits zu Lebzeiten galt Elvis oftmals als Symbol für die vermeintliche Dekadenz amerikanischer Massenkultur; eine Lesart, welche durch Presleys persönlichen Verfall und Tod in den 1970er Jahren scheinbar legitimiert wurde. Und auch heute noch stehen die diffusen popkulturellen Fragmente Presleys häufig beispielhaft für die vermeintlichen Exzesse der amerikanischen Kulturindustrie. Das Beispiel Elvis zeigt dementsprechend nicht nur die enorme Deutungsmacht der Popkultur im Prozess des sogenannten »nation-brandings«, sondern auch deren Unberechenbarkeit und Limitationen.

VITA

Dr. Mathias Häußler ist Akademischer Rat a.Z. am Lehrstuhl für Europäische Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts der Universität Regensburg. Er war zuvor Lumley Research Fellow am Magdalene College der Universität Cambridge, wo er auch promovierte. Sein erstes Buch, *Helmut Schmidt and British-German Relations: A European Misunderstanding* ist kürzlich bei Cambridge University Press erschienen. Der Vortrag basiert auf seinem aktuellen Buchprojekt *Cold War Elvis: The Rise and Fall of an American Cultural Weapon*, welches voraussichtlich Ende 2020 durch Bloomsbury veröffentlicht wird.

CULTURAL NEVERLAND OR AN UNFINISHED PROJECT?—GYÖRGY SZABADOS AND THE AMBIGUOUS CANONIZATION OF THE HUNGARIAN FREE IMPROVISED MUSIC

Adam Havas
Milestone Institute Budapest
Social Sciences Division

Samstag, 2.11.19 | 15:00 | HS MuWi

This historical sociological paper is concerned with aspects of representation and canonization of free jazz and free improvised music in Hungary established by the prophetic figure György Szabados and his followers from the 1960s. The emergence of this new national musical style is interpreted from the relational perspective of the jazz field's historical genealogy; therefore, the main stake is to reconstruct the aesthetic characteristics of Szabados' music within the

hierarchized setting of the Hungarian musical field. For that reason, drawing on Pierre Bourdieu's concepts of »field« and »autonomy«, the paper first distinguishes four stages in the historical development of jazz as a relatively autonomous musical field. 1) The interwar period when jazz first »set foot« in the national urban landscape; 2) the »golden ages« of Hungarian swing between (1945-1948); 3) the growing cultural legitimacy of mainstream jazz from the early '60s and 4) the polarization of the field along free jazz and mainstream jazz camps. Following the brief presentation of the field's historical constitution, the canonizing role of the most significant medium of the country's free jazz movement, the Jazz Studium Journal (1979-1990) will be further explored. The discursive acts of canonization in the Journal will be analysed in the context of the differentiated jazz field characterized by competing aesthetics, a country-wise expanding jazz club network, and the growing distinction between mainstream and free jazz camps coalescing around charismatic leading figures such as Szabados himself. To draw the contours of this specific Hungarian free improvised music, besides the Journal's numerous attempts to legitimize Szabados' position in the cultural field, interviews with him and the aesthetic characteristics of his music will also be taken into account. The birth of a Hungarian free improvised music whose essence is often described with the term »parlando rubato« will be conceptualized as a synthesis of North American free jazz, mainstream jazz, Hungarian folk music, contemporary classical music and the musical influence of Béla Bartók. The paper finds the roots of the relative ignorance towards Szabados' music in Hungary in the hybridity of his musical project that positions his legacy in something like a Neverland within cultural hierarchies. Finally, the paper the case that besides some significant structural constraints of the national cultural field it is the lack of a language of critical reception that stands as the major obstacle in the way of Szabados' canonization.

VITA

Adam Havas received his PhD in sociology at Corvinus University of Budapest, Doctoral School of Sociology in 2018. He serves as Head of Social Sciences Division at Milestone Institute. He is currently Chair of IASPM-Hungary, member of editorial board at Replika Social Science Journal and the Jazz Studies Research Group.

NATION, VOLK ODER DUMPFE MASSE? EINE BEGRIFFSGESCHICHTLICHE SUCHE NACH DEM POPULUS IN DER POPULÄREN MUSIK

Dietrich Helms
Universität Osnabrück

Freitag, 1.11.19 | 16:30 | HS MuWi

Der Begriff des »Populären« in Zusammenhang mit Musik erscheint in deutschen Quellen das erste Mal zur Zeit der Spätaufklärung in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts. Seine Verbreitung fällt damit in eine Zeit, die entscheidend für die Ausprägung der Idee von einer deutschen Nation als Kulturnation war. So liegt die Annahme nahe, dass die sogenannte »populäre Musik«, deren Adverb ja das »Volk« in die Musik holt, durchaus eine Rolle in der Ideengeschichte des Nationalen in Deutschland spielte.
Mein etymologischer Beitrag untersucht, in wie fern Vorstellungen von Nation und Nationalität anklingen, wenn Autoren des 18., 19. und 20. Jahrhunderts von »populärer Musik« sprechen. Wer war eigentlich mit dem populus gemeint, für den oder von dem die populäre Musik gemacht wurde? Für meine Begriffsgeschichte werte ich historische Fachliteratur, musikkritische Schriften sowie Lexika aus.

VITA

Dietrich Helms ist Professor für historische Musikwissenschaft an der Universität Osnabrück. Er studierte Musikwissenschaft, Anglistik und Soziologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, der University of East Anglia (Norwich, UK) und der University of Oxford. Er wurde mit einer Arbeit über die Musik am englischen Hof des 16. Jahrhunderts an der Universität Münster promoviert. Von 1997 bis 2006 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Musik und Musikwissenschaft der Universität Dortmund, wo er sich 2004 mit einer Arbeit zur Rezeptionsästhetik populärer Musik habilitierte. Er war Vorsitzender des ASPM und der GfPM (2005-2016) und Mitherausgeber der *Beiträge zur Popularmusikforschung* (2001-2016) sowie Mitbegründer und -herausgeber der Online-Zeitschrift *Samples* (2001-2011). Seit 2017 ist er Herausgeber der *texte zur populären musik*. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte umfassen die populäre Musik in historischer Perspektive und besonders im Umfeld der Kriege des 20. Jahrhunderts, Analyse populärer Musik, Musik in Medien und Kommunikationssystemen sowie Musik der Frühen Neuzeit. Publikationsliste auf der Webseite http://www.musik.uni-osnabrueck.de/.

THE SOUND OF TEUTONIC METAL: A PRODUCTION PERSPECTIVE ON THE MUSICAL AND TECHNOLOGICAL DIFFERENCES OF METAL MUSIC FROM ACROSS THE WORLD

Jan Herbst
University of Huddersfield (UK), School of Music, Humanities and Media (MHM)
Department of Music and Drama

Samstag, 2.11.19 | 10:15 | P3

In popular music, labels are used that denote a geographical, national or cultural heritage of bands and genres. So did the British *Kerrang!* magazine introduce the label ›New Wave of British Heavy Metal‹ (NWOBHM) to characterise a mostly coherent style of metal popular from 1975-1983. Other labels like ›Teutonic metal‹ followed soon, describing stereotypical German bands such as Accept, Grave Digger and Running Wild. Over time, further labels emerged, e.g. ›Viking metal‹ that encapsulated the plethora of Scandinavian bands, which dominated the death metal subgenre in the 1990s with its characteristic sound. Whilst some of the bands were inadvertently associated with a certain label, others deliberately promoted their music this way to create a unique production sound, stage appearance and artwork, as is the case with the American band Nile and their Ancient Egyptian image.

A growing body of research explored regions associated with certain labels, namely Northernness and ›Viking metal‹ (Heesch 2010; von Helden 2015), Englishness and British metal (Spracklen, Lucas & Deeks 2014), ›Mesopotamian metal‹ (Pichler 2017) or ›Teutonic metal‹ (Elflein 2015, 2017). However, most of these studies have paid relatively little attention to the *musical* characteristics that might be different between these cultures of metal.

Based on a qualitative interview design with three seminal German metal producers, this presentation will investigate how performative and technological characteristics of metal might vary between musical cultures. Making German(ic) ›Teutonic metal‹ the focal point, it will discuss 1) whether there are distinct audible differences between metal from various countries and/or continents, and 2) how the idea of an ›imagined community‹ affects the actions of those involved in the music's production. Charlie Bauerfeind (b. 1963), producer of the German bands Helloween, Gamma Ray, Running Wild, Blind Guardian, Rage and international acts like Saxon, Motörhead, Rob Halford, Venom, HammerFall and Angra, is convinced he is hired for his ›Teutonic‹ signature, a sound he developed in his thirty year-long professional career. His experience and production philosophy are compared with two other internationally renowned pro-

ducers: Harris Johns (b. 1950), iconic producer of three of the four bands labelled ›Teutonic thrash‹ (Kreator, Sodom, Tankard) plus other seminal bands like Helloween, Grave Digger, Celtic Frost, Sepultura, Voivod, Saint Vitus, and Siggi Bemm (b. 1956), the main producer of the early Century Media label who produced Morgoth, Angel Dust, Caliban, Kreator, Lacuna Coil, Moonspell, Rotting Christ, Melechesh. Their recollections of productions with German and international bands will be extended by song analyses informed by the interviews and screen capture videos of the original DAW projects. With this rich empirical data, the presentation will demonstrate how these internationally acknowledged producers define ›Teutonic metal‹, and how ›Teutonic metal‹ features can be blended with other cultural components.

VITA

Jan Herbst is Senior Lecturer in Music Production and Director of the Popular Music Studies Research Group in the School of Music, Humanities and Media, University of Huddersfield, UK. His current research projects focus on the electric guitar and the special role of distortion, metal music in and from Germany (Teutonic metal) and the so-called ›Gear Acquisition Syndrome‹ (GAS), a common phenomenon amongst musicians spending more time fussing with equipment than actually playing it.

✉ j.herbst@hud.ac.uk

TELEVISION RULES THE NATION. AKTEURE, ZIELE UND ZIELGRUPPEN DES EUROVISION SONG CONTESTS IM NATIONALEN KONTEXT

Aida Hollje

Samstag, 2.11.19 | 9:30 | P4

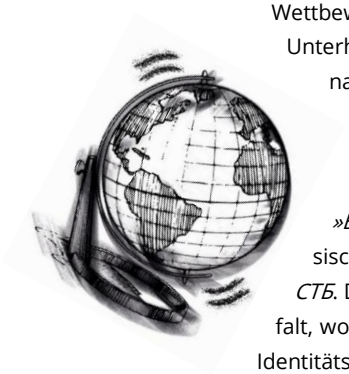
Der alljährlich stattfindende Eurovision Song Contest wird von der austragenden Rundfunkunion als ein unpolitischer, an das internationale Fernsehpublikum gerichteter Musikwettbewerb ausgewiesen.
Unter dieser Prämisse scheint die Absicht jeder teilnehmenden Landesdelegation ein erfolgreiches Ergebnis im Rahmen des Events zu sein, sodass gewisse musikalische und ästhetische Parallelen der eingereichten Beiträge erwartbar sind. Dennoch fallen beachtliche Unterschiede in der Beitragsgestaltung auf, die mit abweichender Zielsetzung der am Wettbewerb beteiligten nationalen Akteure — der Vertreter der austragenden Rundfunkanstalten und der Musikbranche — erklärt werden können. Diese Ziele werden wiederum von den musikalisch-ästhetischen Präferenzen und dem Grad

des nationalen Identifikationsbedürfnisses des Publikums des jeweiligen Teilnehmerlandes geprägt.

Solche Zusammenhänge konnten am Beispiel von zwei teilnehmenden Ländern — Deutschland und Ukraine — mittels einer Video- und Inhaltsanalyse einzelner Gestaltungselemente der jeweiligen nationalen Vorentscheide zur Teilnahme am Eurovision Song Contest 2019 nachgewiesen werden. Untersucht wurden das Sendeformat, Abstimmungsstruktur, die Auswahl der Kandidaten und der Songs, ästhetische Umsetzung der Bühnenperformance, Einbindung von Testimonials sowie im Rahmen der Sendung kommunizierte nicht-musikalische Inhalte.

Die für die Studie ausgewählten Länder unterscheiden sich in ihrer politischen Situation und Position im nationalen und internationalen Kontext, der medienpolitischen Struktur und der historisch-kulturell bedingten musikalischen Ästhetik des jeweiligen Musikmarktes. Beide Länder erzielen außerdem seit Jahren sehr konträre Ergebnisse im Rahmen ihrer Teilnahme am Song Contest. Diese Differenzen lassen eine Reflektion in den Teilnahmezielen und der Zielgruppenorientierung vermuten, die folglich bereits in der gewählten Gestaltung der Vorentscheide zu erkennen sein sollte.

Die Untersuchung bestätigt diese theoretische Annahme. Abhängig von den oben genannten Faktoren lassen beide Länder ihre Teilnahme am gleichen Wettbewerb vollkommen unterschiedlich gestalten. Der vom *Norddeutschen Rundfunk* produzierte Wettbewerb *»Unser Song für Israel«* ist eine betont unpolitische Unterhaltungssendung, die sich ganz deutlich an das nationale, eher junge Publikum richtet und bei der Auswahl der Kandidaten und der Songs die Trends des hiesigen Musikmarktes widerspiegelt. Dagegen markiert der im höchsten Maße politisierte ukrainische Vorentscheid *»Відбір 2019«* deutlich die pro-ukrainische und anti-russische Haltung der austragenden Sender *UA: Перший* und *СТБ*. Die präsentierten Beiträge zeigen eine große Genrevielfalt, wobei bei der Auswahl besonders wichtig der Aspekt der Identitätsbildung im nationalen und des Landesimages im internationalen Kontext hervorgehoben und kommuniziert wird.



Das beschriebene Verfahren lässt sich zur Untersuchung anderer Teilnehmerländer des Wettbewerbs anwenden und ermöglicht eine differenziertere Sicht auf den ESC und seine mediale, politische und kulturelle Bedeutung.

›THERE'S A CRACK IN THE UNION JACK‹—QUESTIONING NATIONAL IDENTITY IN THE 1990S: THE BRITPOP COUNTER-NARRATIVE

Johnny Hopkins

Samstag, 2.11.19 | 17:45 | P4

The dominant narrative of Britpop established by the media at the time and reinforced since in the regular nostalgic anniversary pieces in music publications and daily newspapers suggests that it was accompanied by parade of triumphant and traditional Union Jacks. Certainly during that time Union Jacks were ubiquitous gracing magazine and newspaper covers, dresses and guitars conveying a convenient, if inaccurate and excluding, picture of national confidence and social cohesion. Hidden beneath this deluge of dangerous ›pop nationalism‹ were two images that, in different ways, actively questioned standard ideas of English/ British national identity and challenge the media discourse around Britpop. The first was the artwork of the 1993 demo tape by the Mancunian Irish band Oasis featuring a Union Jack disappearing down a plughole. The second was the vintage 1960s ›England Swings' Union Jack t-shirt adapted by the British Asian singer Sonya Aurora Madan (Echobelly) to read »My Home Too!« (1994).
These images had more in common with The Who's cut-up Union Jack jackets (1965) and the Sex Pistols' Anarchy flag (1976) than with Geri Halliwell's dress (1997). The ways in which Oasis and Echobelly used the Union Jack in these instances can be seen as acts of resistance in the context of a repressive Conservative government, aggressive campaigning by the British National Party and Morrissey entwining himself in a Union Jack in a blatant flirtation with nationalism.
The Union Jack and specifically the Union Jack guitar have become metonyms for Britpop, yet the ›Union Jack going down the plug-hole‹ and ›My Home Too!‹ images remain relatively hidden but, once considered, open up a counter-narrative for Britpop. Despite, or perhaps because of, the power of these images they did not fit the dominant Britpop narrative and have remained excluded from the media discourse despite the success of both bands. Nevertheless this counter-narrative evolved to include other dissenting voices including Asian Dub Foundation, Chumbawamba, Edwyn Collins and Suede. These critiques appeared at the time in lyrics and, briefly, media interviews, but have been largely written out of the media discourse and the popular Britpop histories. To address this situation, this paper draws on Billig's ›banal nationalism‹ (1995) and Campbell's ›inbetweenness‹ (2010) alongside exclusive interviews with key participants.

VITA

Johnny Hopkins is a current PhD student at the University of Sussex in Cultural Studies. He is also a Senior Lecturer in Popular Music and Media Industries at Southampton Solent University with research interests including: music, nationalism and national identity; representation; Native Americans and popular music; the Union Jack and Englishness. He has over 25 years experience in the music industry.

TRANSNATIONALE LIEDER

Eckhard John
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br.
Zentrum für populäre Kultur und Musik

Freitag, 1.11.19 | 17:15 | HS MuWi

Landläufig gelten Volkslieder als Wurzel und Aushängeschild nationaler Identitätsstiftung im Bereich populärer Musik. Ihre Funktion und Konstruktion als nationale Stereotypen sind auf der GfPM-Tagung 2013 in Gießen (*Typisch deutsch*) auch schon kritisch beleuchtet worden. Untersucht man die konkreten Rezeptionsgeschichten einzelner Lieder, so lässt sich jedoch feststellen, dass die Wirkung und Verbreitung traditioneller Lieder keineswegs an nationale Grenzziehungen gebunden ist. Vor diesem Hintergrund versucht der Beitrag die Spezifika transnationaler Geschichten traditioneller Lieder darzustellen. Fragen nach der Begrenztheit nationaler Zuschreibungen werden dabei ebenso zur Sprache kommen wie die Unterschiede zwischen transnationalen Liedern und internationalen Hits.

VITA

Eckhard John studierte Musikwissenschaft, Volkskunde und Geschichte, Promotion 1993, wissenschaftlicher Mitarbeiter der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br. (Zentrum für populäre Kultur und Musik). Gründungsherausgeber (seit 2007): *Historisch-kritisches Liederlexikon* (www.liederlexikon.de).

KEYNOTE II

STRATEGIC IGNORANCE AND THE THREAT OF KNOWLEDGE IN THE GLOBALISATION OF MUSIC

Keith Kahn-Harris
Leo Baeck College, Institute for Jewish Policy Research (European Jewish Research Archive), University of London (Birkbeck College)

Samstag, 2.11.19 | 11:30 | P3

The global circulation of musical styles is not a new development, but it has certainly accelerated and deepened in recent decades. In retrospect, it is starting to become clear that the consumption of music outside its place of origin has often been dependant on a kind of ›strategic ignorance‹. That ignorance has allowed certain styles and artists to be separated from troubling or inconvenient aspects of the meaning of music, the contexts of its production and the political commitments of the artists. In particular, this process makes it possible to consume music without engaging in the ways in which they might be produced as political, even chauvinistic, interventions in inter- or intra-national conflicts. ›The national‹ is therefore transformed into a site of pleasurable aesthetic difference, uncoupled from other kinds of differences, tensions, conflicts and politics.

In this paper, I will argue that this strategic ignorance is being increasingly undermined by the proliferation of knowledge in the online age. It is ever more difficult to avoid being confronted with the problematic aspects of the consumption of global music. This leads to a range of responses to this knowledge, ranging from outright rejection to a reassertion of the ›unpolitical‹ character of music.

My paper will discuss three case studies in which knowledge becomes a threat to previous strategic ignorance in musical consumption:

1. Examples of propaganda music for authoritarian regimes released and marketed by ›western‹ record labels.
2. The controversy over Israel's hosting of the 2019 Eurovision song contest.
3. The developing awareness within metal scenes of the presence of fascists and racists.

VITA

Dr Keith Kahn-Harris is a sociologist and writer, based in London. He is a senior lecturer at Leo Baeck College, runs the European Jewish Research Archive at the Institute for

Jewish Policy Research, and is an associate lecture at Birkbeck College, University of London. A prolific author, he has written for publications including The Forward, The Guardian, Time Literary Supplement and many more. His first book ›Extreme Metal: Music and Culture on the Edge‹ came out in 2007 and he has published widely on metal ever since. His latest book is ›Strange Hate: Antisemitism, Racism and the Limits of Diversity‹.

ITALO DISCO IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN INTERNATIONALITÄT, NATIONALEM KOLORIT UND GENRE-EIGENSTÄNDIGKEIT

Paul Kaspar

Samstag, 2.11.19 | 17:45 | P3

In der popmusikalischen Genre-Bezeichnung Italo Disco steckt eine nationale Zuordnung. Darunter fallen bestimmte Produktionen, die insbesondere in den Jahren 1982 bis 1987 und überwiegend in Italien entstanden sind. Als eine Post-Disco-Musik knüpfen sie an eine zunächst US-Amerikanische, im weiteren Verlauf jedoch internationale Disco-Kultur an. Italo Disco ist als spezifischer Teil einer Eurodisco zu verstehen, doch stellt sich die Frage, weshalb sich für die jeweiligen Disco-Produktionen anderer europäischer Nationen kein derart prominenter und gefestigter Begriff etablieren konnte. Wie italienisch ist Italo Disco? Oder handelt es sich nicht vielmehr um einen eigenständigen Stil, der auf eine nationale Zuordnung durchaus verzichten könnte?
Für die Protagonist_innen war die Bezeichnung nämlich nicht immer plausibel, vielmehr wähnte man sich als Produzent_innen einer modernen und zeitgemäßen Pop-Musik, die etwa mit englischsprachigen Lyrics bewusst auf den internationalen Markt ausgerichtet war, und bei der man sich — anders als im Italo Pop — weniger auf eine italienische Tradition als auf die internationale Pop-Kultur bezog. Der Begriff selbst wurde von dem außenstehenden Beobachter Bernhard Mikulski etabliert, der in Deutschland mit seinem auf den Vertrieb von Importen ausgelegten Musikverlag ZYX im Jahr 1983 den Sampler »The Best Of Italo Disco« herausbrachte. Doch hatte er in der Zusammenstellung nur die nationale Herkunft im Blick, oder eben auch stilistische Gemeinsamkeiten?
Dieser Frage wurde mithilfe einer Korpusanalyse nachgegangen. Trotz der großen Bandbreite mit Möglichkeit einer stilistischen Binnendifferenzierung zeigten sich in den Bereichen Form, Gesang, Rhythmus, Melodik und textlicher Thematik Gemeinsamkeiten zwischen den analysierten Stücken. Insbesondere ließ sich aber herausar-

beiten, dass über die Nutzung der technischen Entwicklung von Synthesizern und Studioequipment eine klangästhetische Neuinterpretation und Weiterentwicklung von Disco-Musik stattgefunden hat, weshalb der Stil auch häufig als musikhistorisches Bindeglied zwischen Disco und Spielarten der elektronischen Tanzmusik aufgefasst wird. Die Beschäftigung mit der Musik lässt den Schluss zu, dass es sich bei Italo Disco um ein eigenständiges Genre handelt, das mehr als die (vermeintliche) gemeinsame nationale Herkunft verbindet. Bestätigt zeigt sich diese Ansicht dadurch, dass auch Musikstücke dem Genre zugeordnet werden, die nicht innerhalb der italienischen Grenze produziert wurden.

Nicht zuletzt beleuchtet der Vortrag auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu verwandten Genres wie Synth-Pop oder HiNRG. Neben der Bandbreite im Korpus sind es gerade diese Überschneidungen, die wiederum zur Diskussion stellen, ob die Kategorie Italo Disco auf stilistischer Ebene trennscharf genug und der nationale Bezug nicht doch wesentlich ist.

»... UND IN DER MITTE AUFM TISCH STEHT 'NE MPC.« EINE KONTEXTSENSITIVE ANALYSE VON LERNEN BEIM BEATMAKING

Chris Kattenbeck

Sonntag, 3.11.19 | 11:30 | HS MuWi

Beatmaking ist eine Musikpraxis, die im Kontext der Hip-Hop-Kultur entstand und an die Tradition des DJing anknüpft, im Unterschied zu diesem aber hauptsächlich auf dem kreativen Umgang mit einzelnen Klangbausteinen basiert und meist alleine in Homestudios ausgeübt wird. Seit einigen Jahren erfreut sich diese Form des Musikmachens immer größerer Beliebtheit und erfährt aufgrund stetig günstiger werdender Hard- und Software sowie den Kommunikations-, Vernetzungs- und Distributionsmöglichkeiten des Internets eine zunehmende Verbreitung (Schloss 2014).
In der Forschung fand Beatmaking bislang allerdings kaum Beachtung. So ist beispielsweise nur wenig darüber bekannt, welche spezifischen musikbezogenen Fertigkeiten und Kenntnisse Beatmaker eigentlich benötigen und wo sie diese wie erlernen. Zwar wird angenommen, dass Beatmaker (zumindest potentiell) keine ›traditionellen‹ musiktheoretischen und -praktischen Fertigkeiten und Kenntnisse benötigen und (zumindest potentiell) ihre eigenen Lern- und Wissensformen hervorgebracht haben (Green 2004; Thompson 2012) — Erkenntnisse darüber gibt es bislang allerdings kaum.

In meinem Dissertationsvorhaben begegne ich diesem Desiderat und entwickle mittels qualitativer Daten (v.a. Interviews) eine gegenstandsbezogene Theorie (Charmaz 2014) über Lernen beim Beatmaking. Lernen begreife ich dabei als einen kontextsensitiven Prozess, der zwar im Individuum stattfindet, allerdings von zahlreichen Elementen beeinflusst wird und nicht losgelöst von der Interaktion der Lernenden mit ihrer Umwelt untersucht werden kann (Illeris 2010). Da ein Verständnis dieser Elemente und Umwelten sowie die Untersuchung ihrer Bedeutung für Lernen einen multiperspektivischen Zugriff erfordert, berücksichtige ich neben Studien zu Musiklernen (u.a. Green 2002) auch musik-, kultur- oder sozialwissenschaftliche Diskurse zu populären Musikpraxen in Szenen (u.a. Reitsamer 2013) sowie weitere Arbeiten zu Teilaspekten des Beatmaking aus dem Feld der Popular Music Studies (u.a. Rappe 2010). Um meine Sensibilität für möglicherweise bedeutsame Elemente zu erhöhen und diese zugleich in ihrer Komplexität systematisch analysieren zu können, greife ich zudem auf verschiedene theoretische und methodische Werkzeuge aus der von Adele Clarke (2012) entwickelten Situationsanalyse zurück.

In meinem Beitrag werde ich, ausgehend von den verwendeten MusikmachDingen, einige zentrale Elemente fokussieren, die sich in der Auswertung der Interviews als bedeutsam für Lernen erwiesen haben. Neben den MusikmachDingen gehören dazu unter anderem spezifische Konventionen sowie diverse Gemeinschaften, an denen die Beatmaker partizipieren. Diese Elemente werde ich sowohl einzeln als auch in ihren Wechselwirkungen analysieren und auf dieser Grundlage eine erste Konturierung von Lernen beim Beatmaking vornehmen.

VITA

Chris Kattenbeck: Lehramtsstudium der Fächer Musik und Geschichte an der WWU Münster (M.Ed.), Studium Musikwissenschaft an der HfMT Köln (M.A.). 2016-18 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Populäre Musik und Gender Studies der Universität Siegen, seit 2019 Promotionsstipendiat. Forschungsschwerpunkte an der Schnittstelle von Musikwissenschaft und Musikpädagogik (z.B. zum Bildungspotential afrofuturistischer Gegenerzählungen). Derzeit Dissertationsvorhaben zum Lernen beim Hip-Hop-Beatmaking.

DÜSSELDORF, KRAUTROCK UND KRAFTWERK: POPMUSIKALISCHE ERINNERUNGSORTE ODER ›DEUTSCHE‹ MYTHEN?

Timor Kaul

Sonntag, 3.11.19 | 9:30 | P4

Im Rahmen der mehrbändigen Publikation *Deutsche Erinnerungsorte* (u.a. François/ Schulze 2005) werden historische Orte auch im metaphorischen Sinn verstanden, so dass sich darin etwa auch ein Artikel zu »Made in Germany« finden lässt (Umbach 2005). Dem französischen Vorbild entsprechend, wird ein enger, aber zu problematisierender Zusammenhang zwischen den *lieux de mémoire* und dem »Gedächtnis der Nation« (Nora 1990, zitiert nach: François/ Schulze 2005: 8) behauptet.
Die Stadt Düsseldorf wurde in den letzten Jahren als popmusikalischer Erinnerungsort etabliert. Zu nennen wäre diesbezüglich insbesondere die Publikation *Electri_city* (Esch 2014) und damit verbundene Aktivitäten, wie etwa die städtisch geförderten Electri_city- Konferenz (Kaul 2015). Aber auch der popmusikalische Reisebericht *Sound Of The Cities* (Krohn/ Ludwig 2015) hat der rheinischen Metropole ein Kapitel gewidmet und die Internetpräsenz des Magazins Fluter, das von der Bundeszentrale für Politische Bildung herausgegeben wird, zählt Düsseldorf gar zu den Top 10 der wichtigsten Musikstädte (Denk 2015). Dieser Anspruch in Sachen elektronischer Populärmusik, verdankt sich innovativen Bands wie etwa Neu! oder DAF, vor allem aber zweifelsohne Kraftwerk. Letztgenannte, besonders wirkungsmächtige Formation hatte sich aus dem Kontext des Krautrock heraus entwickelt, mit dem populäre Musik ›Made in Germany‹ erstmals eine zunächst ambivalente Aufmerksamkeit in Großbritannien (Witts 2011) und den USA erlangen konnte.
Angesichts mittlerweile internationaler Wertschätzung von Krautrock und Kraftwerk sowie dann auch hierzulande erfolgter Historisierung und Kanonisierung, können Genre und Band ebenso wie die Stadt Düsseldorf als popmusikalische Erinnerungsorte verstanden werden, die- so die hier vertretene These- mittlerweile zu Bestandteilen eines gerne angenommenen kulturellen Gedächtnisses (Assmann 1999) der bundesrepublikanischen Gesellschaft und nationaler Identität avancierten (vgl. Schiller 2018). Dabei werden jedoch Komplexität und Verwerfungen von Gesellschaft und Geschichte sowie popkulturellen Praxen harmonisiert, bzw. ausgeblendet; so etwa unter anderem der häufig dezidiert gegenkulturelle Charakter des Krautrocks und nachfolgender Stile (Wagner 2013, Schneider 2015) oder auch die differenzierte Auseinandersetzung der Band Kraftwerk mit deutscher Herkunft und Identität sowie deren ge-

gebener Bezug auf anglo-amerikanische Popmusik (u.a. Kaul 2016). Somit können glokale popmusikalische Erinnerungsorte als explizit ›deutsch‹ konnotierte Mythen vereinnahmt werden (Kaul 2015, Ullmaier 2018, vgl. Barthes 2011 [1957]).

»WIR BETRETEN NEUES DEUTSCHES LAND«? DEUTSCHPOP UND NATIONALISMUS IN DER BRD 2004FF.

Alan van Keeken
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Zentrum für populäre Kultur und Musik

Sonntag, 3.11.19 | 10:15 | P3

Das Produktionsformat »Deutschpop« (Fuchs-Gamböck und Schatz 2008) trägt nicht nur eine Nation im Namen, es wurde von kritischer Poptheorie in den frühen 2000ern auch als popularmusikalischer Ausdruck eines neuen deutschen Nationalbewusstseins interpretiert. Als Anhaltspunkte für diese Normalisierung des »Irrsinns der Nation« qua Pop (Büsser 2010) galten nicht nur die »Deutschquotendebatte« (Friedrichsen 2005) und der Skandal um MIAs 2003 veröffentlichtes »Was es ist«, in dessen Text und Video nationale Symbole affirmativ Verwendung fanden. Es war auch die Art der Musik, als deren »klangliche Bezugspunkte« (Huschner 2017, S. 172) kontemporärer US-amerikanischer oder britischer Indie- und Alternativepop der 2000er und eben nicht Schlager oder der Deutschrock der 80er ausgemacht werden können. Diese »Popkompetenz« (Schneider 2015, S. 94) der musikalischen Produktion verschleiere zum einen die muffigen Anteile des so Transportierten (Schlussstrichdebatte, »Wir sind wieder wer«) und mache es gleichzeitig anschlussfähiger.
Darin, so die Vertreter dieses Deutungsmusters, bestünde eine Homologie zur Rot-Grünen Bundesregierung, die Sozialkahlschlag, den Anspruch auf Weltgeltung und dem ersten Angriffskrieg von deutschem Boden seit 1945 liberal und informal »verpackte« (Behrens 2005). Schließlich sei der Pop so auf seinem »langen Weg nach Mitte« vom subversivem, widerständigen Medium zum affirmativen Ausdruck einer kleibürgerlichen, mithin deutschen Mehrheit geworden (Büsser 2001, 54ff.), die sich unbedarft zu sportlichen Großevents mit schwarz-rot-goldenen Girlanden schmücke und sich ansonsten in Privatismus und Innerlichkeit flüchte.
So »dankbar« Deutschpop, seine Ästhetik und seine Geschichte in dieses Narrativ eines aus dem Zeitgeist geborenen neuen »Sounds« der Nation einfügt, so holzschnittartig nimmt sich die Kulturkritik dieses Phänomens im Detail aus. Aspekte der Produktion werden gänzlich ausgeblendet oder grobschlächtig abgetan; die Hintergründe der Verbreitung von aufs Nationale bezogenen Einstellungen der Akteur_innen bleiben

unterbelichtet. So stellt sich die Frage, inwiefern verwertungsrechtliche Fragen den Aufbau eines nationalen Kataloges gefördert haben. Auch die Verschränkung von Industriepolitiken, Standortlogik und der Aufschwung des Livemarktes ermöglichte den Aufstieg bestimmter Musiken, die genau als jenes Signum eines »unverkrampften« Nationalismus interpretierbar waren. Darüber hinaus wird ein Hauptpunkt einer möglichen »funktionalen« Rolle des Deutschpop bei der Normalisierung der Nation vergessen: Der »banal nationalism« durch die Etablierung von Deutsch als Standardsprache hiesiger Popproduktionen.
Mein Vortrag zielt auf die Entwicklung von Thesen in Richtung einer Erhellung der produktionsseitigen Hintergründe von »Deutschpop« als Soundtrack der »Berliner Republik«. Mithilfe der »Production of Culture«-Perspektive (Peterson und Anand 2004; Nathaus und Childress 2013) untersuche ich dazu die verschiedenen Verschränkungen von Ökonomie, professionellem Netzwerk, Technologie und Feldlogiken.

KRAUTS WITH CONTRADICTIONS: NATIONALISM AND ANTI-NATIONALISM IN HIP-HOP IN GERMANY

Terence Kumpf
Mittweida University of Applied Sciences

Sonntag, 3.11.19 | 11:30 | P3

Nationalism has been a feature of hip-hop in Germany for nearly thirty years. As Dietmar Elflein (1998) noted, the compilation *Krauts with Attitude* (1991) sought to distinguish hip-hoppers in Germany from their Anglophone counterparts by using nationalistic symbols (Elflein 255). Yet *Krauts* is rife with the contradictions of cultural borrowing. Taking a cue from N.W.A (Niggaz Wit Attitudes), the title inverts an epithet into a badge of pride. Apropos nationalism, the cover was modeled after the German flag (258), and thereby borrowed from Public Enemy's *It Takes a Nation of Millions to Hold Us Back* (1988), which itself was draped in the colors of the pro-Africa movement. Moreover, the cover's caption »›Now is the time to oppose somehow the self-confidence of the English and the American'« (ibid.) was modeled after the quote »Freedom is a road seldom traveled by the multitude« from the inner sleeve of PE's *Nation of Millions.* Importantly, however, the songs on *Krauts* contain raps in German, English, and French (257-8), hardly a ›one language‹ principle associated, rightly or wrongly, with nationhood. Nonetheless, the record played a role in the emergence of *Deutschrap*, a term that persists despite being rejected by scholars. Suffice to say, hip-hop's establishment in Germany was associated with the yearning for, and eventual accomplishment of, a unified nation-state. Both occurred simultaneously.

Nationalism and anti-nationalism remain dueling concepts today. Regarding the latter, there are the self-described *Zeckenrappers* who preach the ›no border, no nation‹ mantra popular among the global antifascist Left. For instance, the phrase appears as the recurring hook in Koljah and Tai Phun's »No Border, No Nation« (2005). With regard to the former, there are faux-rappers such as Villain051, a propagandist for the far-right, who, with guest artist Dee Ex, released »Europa sagt nein zur EU« (2012). In the song, the duo laments a mythical lost Vaterland. In the music video, the musicians not only stand defiantly on Berlin's Holocaust Memorial, but images of the Reichstag and the slogan »Dem Deutschen Volk« feature prominently. These provocations reflect an ongoing tension in Germany today: a war between its infamous past and, in lieu of migration and shifting demographics, its uncertain future. This paper will explore how musicians connected to the anti-nation Left and pro-nation Right antagonize and feed off each other. In how far do their strategies support and undercut their aims of ›no border, no nation‹ and a ›Germany for Germans‹?

VITA

Terence Kumpf is a lecturer at Mittweida University of Applied Sciences. His doctoral dissertation, *Towards A New Transaesthetics: Rap Music in Germany and the United States*, is the first comparative book-length study of hip-hop in both countries. A founding member of the European HipHop Studies Network, his research interests include transculturation, bi- and multilingualism, and aesthetic experience.

FREI.WILD — NATIONALISMUS *LIGHT.* OUTSOURCING NATIONALISTISCHEN GEDANKENGUTS DES DEUTSCHSPRACHIGEN RAUMES *ODER:* PATRIOTISCHE PROJEKTIONEN IM SAFE SPACE.

David Kurta

Freitag, 1.11.19 | 16:30 | P3

Auch wenn *Frei.Wild* im Jahre 2016 mit dem deutschen Musikpreis *ECHO* ausgezeichnet wurden, von primärem Interesse scheint dem größten Teil der Rezeption die der Südtiroler Musikgruppe attestierte politische Gesinnung zu sein, nämlich eine des rechten Spektrums.

Wie ist es möglich, dass eine Musikgruppe, welche Patriotismus und Nationalismus klar artikuliert und eine rechtsstaatliche Übereinkunft öffentlich anfechtet, die Spitze der Verkaufscharts in dem rechts-politisch sensibilisierten deutschsprachigen Raum zu erreichen?

Frei.Wild haben von soziologischen, psychologischen, musikalischen als auch absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten, welche primär auf Schaffung und Etablierung einer sich vielschichtig und komplex spinnenden Nische in der populären Musik fußen, (teils unbewusst) viel richtiggemacht. Meist bedienen Vertreter politisch rechter Musikgruppen auf der Ebene Musik ein spezielles Publikum, sich selbst einer expliziten Sprache oder Symbolik oder fallen durch der von Musikern getätigten Aussagen auf; der gemeinsame Nenner ist bei den beispielhaft genannten Ebenen ein mannigfaltig gelagerter, doch immer präsenter Extremismus bzw. Radikalismus. Dieser mag bei einer politisch konservativ, jedoch nicht rechtsextrem eingestellten Personengruppe eine allzu direkt und aggressiv abschreckende Wirkung erzielen. *Frei.Wild* hingegen produzieren Musik unterschiedlicher Genres, bewegen sich *authentisch* zwischen Rock, Punk, Metal, Ska; vor Balladen scheut sich *Frei.Wild* eben so wenig wie vor dem Einsatz eines volksmusikalischen Instrumentariums – ein heterogenes Publikum ist die Folge der überzeugenden, doch niemals Extreme erreichende musikalischen Ebene. Textlich dienen häufig gänzlich unpolitisch Alltagserfahrungen-und Probleme als Identifikationsfläche, während eine Handvoll der Songs subtil doch mit unmissverständlichem Nachdruck politische Ansichten als auch Identitäts- und Nationalverständnis von *Frei.Wild* verbalisieren.

Auch verstehen sich *Frei.Wild* geschickt als musikalische Widerstandskämpfer gegen - ihrer Meinung nach - repressive gesellschaftliche Strukturen und mediale Diffamierung zu inszenieren, symbiotisch mit der Kampfansage an sämtliche Formen von Extremismus.

Kämpfer auf der einen Seite, Opfer auf der Anderen: nicht nur von den Medien verleumdet, auch weitaus historischer verankert *betrogen* und *bestohlen*: Südtirol als problematisches Kapitel Österreichisch-Italienischer Geschichte und Herkunft der Mitglieder von *Frei.Wild.* Ungeachtet historischer Fakten und Argumentationen sei behauptet, dass der allgemeine Tenor eines großen Bevölkerungsteils des deutschsprachigen Raumes Südtirol(er) auf Nachfrage als benachteiligt und fremdbestimmt wahrnimmt, wodurch sich Ansichten von *Frei.Wild* als nachvollziehbarer, weniger stark stigmatisierter Nationalismus mit W*iderstandskämpfer-Romantik* fassen lassen. Dies wiederum lässt den eigenen (mehr oder weniger) latent vorhandenen Nationalismus einerseits harmloser scheinen, schafft andererseits auch einen Raum, welcher eine Pro-

jektionsfläche bietet, Nationalismus mit positiv konnotierter Opfer- und Heldenästhetik geographisch als auch gesellschaftlich im deutschsprachigen Raum weniger behaftet zu rechtfertigen.

VITA

David Kurta wurde in eine Theaterfamilie hineingeboren und begann seine Klavierausbildung mit 5 Jahren am Johann-Joseph-Fux Konservatorium in Graz, die er mit 18 Jahren abschloss. Studium der Musikwissenschaft, Musikästhetik und Philosophie an der Universtität Wien und der Universtität für Musik und darstellende Kunst Graz, nebenher Lehrgänge in Musikproduktion und Komposition zeitgenössischer Musik. Hauptberuflich als Light Designer und Stage Manager in der freien Szene tätig.

MADE IN PORTUGAL—EUROVISION SONG CONTEST AS A GATHERING POINT FOR PORTUGUESE AND EUROPEAN IDENTITIES

Sofia Vieira Lopes

Samstag, 2.11.19 | 10:15 | P4

RTP Song Contest (RTPSC) is the long-standing television song contest in Portugal, broadcasted by Portuguese public television network (RTP) since 1964. The winner of the Portuguese contest represents Portugal in the Eurovision Song Contest (ESC). In both contexts, performances acquire different meanings shaped by aesthetic, political, economic or affective insights. Therefore, due to the audio-visual nature of the television, both music and performance are central discursive tools and clustering factors.
This paper is based on the analysis of the Portuguese performances in the Eurovision Song Contest. Grounded in ideas outlined by international scholars (Bolin 2000, Baker 2008, Jordan 2013), I will analyze the discursive strategies both in national and international arenas. I want to understand how the Eurovision Song Contest, as transnational and highly globalized framework, have influenced Portuguese musical and performance choices. Considering this transnational scope, *Glocal* concept is crucial to understand the negotiation procedures of Portugal within Europe, «Being inside and outsider at the same time» (Meyrowitz 1986).
In this context of constant identity negotiation, nation, imagined communities (Anderson 1983), *Europeanity*, and *Portugalidade* concepts are conveyed and displayed (Mitrovic 2010), combining Entertainment and Utopia (Dyer 1977).
I will verify if the performances are really designed as a privileged pathway to nation-building. I will start from Dolan's concept of Utopian Performatives (2005) and Ahmed's

work (2004) concerning *Cultural Politics of Emotion* to present a review on strategies of representation of nation through music and to confirm the role music as tool for identity politics.

CONSTRUCTING HYBRID IDENTITY THROUGH HYBRID MUSIC: DIASPORIC MUSIC MAKING OF IRANIAN MUSICIANS IN LOS ANGELES

Babak Nikzat

Samstag, 2.11.19 | 10:15 | HS MuWi

In the aftermath of the Iranian Revolution of 1979, making music in Iran, especially Western-oriented pop music, was banned for various—mostly religious—reasons. These restrictions drove many musicians to leave the country. Los Angeles was the destination of many of these immigrants. Once there, musicians created a new genre called *musiqi-ye losāngelesi* [music from Los Angeles]. This style, a hybridization of Western pop and Iranian classical and regional musical elements, emphasizes the doubleness of a newly constructed existence for these musicians. It reflects an identity that relates to both their distant homeland and their vibrant, yet starkly different, community in California.

Using the genre *pāpbandari* as my case study, in this paper I demonstrate the strategies the musicians have employed to adapt »their own« regional musical elements into their new musical environment. Then, I examine the extent to which this hybrid style articulates the (hybrid) identity, both national and global, of Iranian audiences and communities in exile. Finally, I explore the ways in which the Iranian diasporic community uses *losāngelesi* music to represent Iranianness among other groups in Los Angeles and in the United States in general.

Based on qualitative interviews with multiple musicians and music producers, as well as analysis of studio arrangements and musical performances, this ethnomusicological study follows the process of music production from beginning to end. I conclude by exploring the (multiple) meanings such hybrid musics hold for people who live their lives connected to more than one place. Although my case study focuses on one the Iranian community in LA, the idea that hybrid musics created in diasporic contexts can become important markers of identity is generalizable to many communities living in exile. My research adds to the burgeoning of studies on the musical lives of (im)migrant communities around the world.

POP MUSIC AS A VEHICLE FOR POPULIST MESSAGES: INSIGHTS FROM THE ITALIAN CASE

Enrico Padoan

Manuela Caiani

Sonntag, 3.11.19 | 9:30 | P3

NARRATIVE IM POP: SELBSTERZÄHLUNGEN VON PSYCHISCH ERKRANKTEN MUSIKER*INNEN

Melanie Ptatscheck

Sonntag, 2.11.19 | 10:15 | HS MuWi

Ob Janis Joplin, Syd Barrett oder Kurt Cobain — psychisch erkrankte Musiker*innen sind kein unbekanntes Phänomen. Laut des Help Musicians UK Report von 2016 leiden über 71% der insgesamt 2211 befragten Musiker*innen verschiedener Genres und Professionen an Panikattacken oder Angstzuständen und fast 69% an Depressionen. Während das Thema Mental Health innerhalb der Musikindustrie bislang weitgehend ignoriert wurde, ist jedoch — insbesondere seit den Todesfällen von Chris Cornell, Chester Bennington und Avicii — neben einer zunehmenden wissenschaftlichen Aufmerksamkeit auch ein neuer Umgang mit dieser Thematik innerhalb der sozialen Medien zu verzeichnen. Es fällt auf, dass immer mehr in der Öffentlichkeit stehende Persönlichkeiten, wie z. B. jüngst Lady Gaga oder Billie Eilish, über ihre mentale Gesundheit in Verbindung mit ihrer eigenen Lebens- und Leidensgeschichte sprechen und damit zur Enttabuierung psychischer Erkrankungen beitragen.
Hieran und an aktuelle Forschungsarbeiten anknüpfend wurde ein Forschungsdesign entwickelt, das auf Basis narrativer Interviews einen Zugang zu individuellen Lebens- und Erfahrungswelten herstellt und innerhalb dieses Beitrages vorgestellt werden soll. Narrationen der Betroffenen ermöglichen nicht nur einen Einblick in persönliche Selbstvorstellungen. Es können durch die Rekonstruktion dieser persönlichen Erfahrungsberichte ebenso berufliche Belastungsfaktoren sowie individuelle lebensgeschichtliche Hintergründe ermittelt werden, die einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung und Prävention von psychischen Erkrankungen von Musiker*innen leisten können.

VITA

Melanie Ptatscheck studierte Populäre Musik & Medien in Paderborn und Wien. Bevor sie 2019 ihre Promotion über heroinabhängige Musiker an der Leuphana Universität Lüneburg abschloss, absolvierte sie mehrere Forschungsaufenthalte in Los Angeles und New York City. Als Post-Doc beschäftigt sie sich mit Straßenmusiker*innen im New Yorker Underground und arbeitet an einem Forschungsprojekt zu Musik & Mental Health. Neben ihren akademischen Beschäftigungen als Lehrbeauftragte ist sie als Musikerin und Journalistin tätig.

GFPM NACHWUCHSPREIS 2019

»TAYLOR NATION FOLLOWED 10.02.2016 😭 ♥«. (GEMEINSCHAFTLICHE) IDENTITÄTSBILDUNGSPROZESSE AUF INSTAGRAM AM BEISPIEL WEIBLICHER TAYLOR-SWIFT-FANS

Svenja Reiner

Freitag, 1.11.19 | 18:15 | P3

This paper investigates a Taylor Swift fan community active on Instagram. Using a combination of methods—Netnography (Kozinets) and Thick Description (Geertz)—the paper tries to understand the different ways and forms with which these young women choose to narrate their fan identities online. The study pays particular attention to existing discourses of misogynous and sexist gender stereotypes surrounding female fandom and the harmful influence that Instagram supposedly has on its primarily young female users. The analysis suggests that the accounts in question use the social network in different and unexpected ways, thus creating a complex working consensus (Goffman) among different users. This online fan space seems to be a place for empowerment, motivation, and self-expression, as well as a community whose members share with, encourage, and support each other.

FADO, NATION AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: PERSPECTIVES ON BUILDING PROCESSES AND SYMBOLIC REINFORCEMENTS.

Maria Espírito Santo
New University of Lisbon
Faculty of Social Sciences and Humanities

Maria de São José Côrte-Real
Columbia University New York City

Samstag, 2.11.19 | 9:30 | HS MuWi

The word fado exists in the Portuguese language since many centuries ago to refer to *fate.* With its associated aura of mysticism, it became tied with the idea of songs in urban environments since the mid-19th century, nurturing romantic works and memories. From the earliest literary works dedicated to the history of fado, the debate about its status as a *national symbol* has been associated with imaginaries of a »national soul«. During the 20th century, the fado music category was used in several contexts by the dictatorial government as a symbol of Portugueseness. Recently inscribed

in the UNESCO's Representative List of Intangible Cultural Heritage (2011), fado has reinforced its power as a symbol of the Portuguese nation. The legitimacy brought by the UNESCO brand, enhancing the image of national borders once again, was based on symbolic constructions and values that, built in the past, mark aesthetics and discourses of the present. The understanding of nationalist expressions associated with fado lie, thus, in the questioning of symbolic constructions of the past and related recreations of nationalist representations in the present.

In this presentation, we argue that the ethno-symbolic approach to the study of nationalisms provides conceptual tools for an alternative tactic for the study of fado category as a symbol of »nation«. The analysis proposed departs from methodologies of historical Ethnomusicology and collaborative ethnography within an ethno-symbolic approach, and considers reflexions on fado as a marker of the Portuguese image through time. Interpreting relationships between topics of music, memory and heritage, we characterize slight changes of symbolism in the building process of nationalist purpose to illustrate recurrent powers of national representation in the fado practices in Lisbon, the capital of Portugal.

VITAE

Maria Espírito Santo is a PhD candidate in Ethnomusicology at the Faculty of Social Sciences and Humanities of the New University of Lisbon. She is a Fellow of the Doctoral Program »Music as Culture and Cognition« funded by the Foundation for Science and Technology (since 2017). She is Master in Ethnomusicology (Faculty of Social Sciences and Humanities, 2016) with a thesis dedicated to the study of the relationship between music and identity in a group of bands that play Balkan music in Lisbon. The current PhD research is devoted to the study of the fado music category as a symbolic representation of the Portuguese nation.

Maria de São José Côrte-Real PhD, MPhil and MA from Columbia University in the City of New York. She is Associate Professor of the School of Social Sciences and Humanities of the New University of Lisbon, in the area of Musical Sciences—Ethnomusicology, where she co-sponsors the awarded PhD Program *Music as Culture and Cognition* under the auspices of the National Foundation for Science and Technology, of Portugal, since 2013.

https://music.columbia.edu/bios/maria-corte-real
http://fcsh.unl.pt/faculdade/docentes/saojose

KINDER UND DIE NUTZUNG DER MUSIKCASTINGSHOW »THE VOICE KIDS«: REZEPTIONSMOTIVE UND WAHRGENOMMENE AUSWIRKUNGEN AUF DAS EIGENE MUSIZIEREN

Holger Schramm
Institut Mensch-Computer-Medien der Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Linda Seufert

Sonntag, 3.11.19 | 12:15 | HS MuWi

Musikcastingshows gehören seit mittlerweile fast 20 Jahren zum festen Inventar der deutschen TV-Sender und erreichen nach wie vor ihr Millionenpublikum, darunter vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, deren Zuwendungsmotive mittlerweile recht gut erforscht sind (vgl. im Überblick Schramm & Ruth, 2017). Formatnamen wie »*Deutschland* sucht den Superstar« und »The Voice of *Germany*« setzen einen nationalen Frame bzw. suggerieren dem Publikum einen nationalen Gesangswettbewerb, um identifikatorische Prozesse mit den Gesangstalenten (»das ist einer/eine von uns«), die aber nicht zwingend eine deutsche Nationalität aufweisen müssen, zu verstärken. Seit dem Jahr 2013 wird im Frühjahr alljährlich das Kinderformat »The Voice Kids« ausgestrahlt. Teilnehmen können Kinder im Alter von 8 bis 14 Jahren. Als Coaches fungieren mehr oder weniger erfolgreiche und kinderaffine »Popstars« wie beispielsweise Lena Meyer-Landrut und Mark Foster, die die emotionale Bindung der jungen Zielgruppe an das Format zusätzlich verstärken sollen. Was aber macht die Rezeption dieses Format für Kinder tatsächlich aus? Was sind die Motive, weshalb Kinder dieses Format regelmäßig und gerne rezipieren? Und welche Auswirkungen auf das eigene Musizieren nehmen die Kinder bei sich wahr?
Um diesen Fragen nachzugehen, wurden 286 acht- bis zwölfjährige Kinder (47% Jungen, 53% Mädchen) der Schuljahrgangsstufen 3 bis 5 an insgesamt sieben verschiedenen Schulen zu Rezeptionsmotiven und Auswirkungen ihrer Nutzung von »The Voice Kids« schriftlich befragt. Der Fragebogen wurde zuvor an Grundschulkindern unter Einbezug von Grundschullehrern gepretestet, um seine »Kindertauglichkeit« abzusichern. Die Erziehungsberechtigten der Kinder wurden vorab über die Studie aufgeklärt und um eine Einverständniserklärung gebeten. 247 der 286 befragten Kinder hatten »The Voice Kids« schon einmal gesehen und gingen schließlich in die Auswertung ein.

Die Ergebnisse zeigen u.a., dass Kinder »The Voice Kids« umso häufiger schauen, desto mehr sie sich mit den Gesangstalenten identifizieren und desto mehr sie sich während und nach der Rezeption als »Experte« fühlen können. Zudem geben insbesondere musikalische Kinder an, umso mehr die Tanzeinlagen und den Gesang der Talente nachzuahmen, sich zu wünschen selbst Gesangsunterricht zu nehmen, ein Instrument zu lernen und an der Sendung teilzunehmen, desto mehr sie sich mit den Talenten identifizieren.

Die gefundenen signifikanten Zusammenhänge zeichnen ein relativ klares Bild der »The Voice Kids«-Rezeption von Kindern. Auf Basis der korrelativen Daten können Ursache-Wirkungs-Aussagen selbstverständlich nur bedingt getroffen werden, was im Fazit des Vortrags diskutiert werden wird.

VITAE

Holger Schramm, Prof. Dr. phil., geb. 1973, seit 2010 Professor für Medien- und Wirtschaftskommunikation am Institut Mensch-Computer-Medien der Julius-Maximilians-Universität Würzburg, studierte Medienmanagement und Musik. 2003 Promotion an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover mit einer Arbeit über Musiknutzung. 2010 Habilitation und Venia Legendi in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Zürich. Seit 2008 Herausgeber der Buchreihe »Musik und Medien« (Springer VS). Mitglied von Editorial Boards internationaler Journals, darunter »Journal of Broadcasting & Electronic Media« und »Musicae Scientiae«. Hauptarbeitsgebiete: Musik und Medien, Unterhaltungsforschung, Sportkommunikation sowie Werbe- und Markenkommunikation. Autor/Hrsg. zahlreicher Publikationen zur Konzeption, Rezeption und Wirkung sowie zur Geschichte von Musik in den Medien, u.a. von »Medien und Musik« (2017, zus. mit B. Spangardt und N. Ruth, Springer VS), »Musikcastingshows. Wesen, Nutzung und Wirkung eines populären Fernsehformats« (2017, Hrsg. zus. mit N. Ruth, Springer VS) und »Handbuch Musik und Medien. Interdisziplinärer Überblick über die Mediengeschichte der Musik« (2., überarb. u. erw. Aufl., 2019, Hrsg., Springer VS).

Linda Seufert, geboren 1993 in Schweinfurt, verbrachte nach ihrem Abitur ein Jahr als Au Pair in Millington (New Jersey, USA). Ihr Studium der Medienkommunikation schloss sie 2016 an der Julius-Maximilians-Universität in Würzburg mit dem Bachelor of Sci-

ence ab. Seit 2017 arbeitet Linda Seufert als Projektbeauftragte für Marketingkommunikation im Kampagnenmanagement der Habermaass GmbH im oberfränkischen Bad Rodach.

WER HÖRT EIGENTLICH SCHLAGER? AFFIRMATIVES DEUTSCH-SEIN UND DAS NEUE SELBSTBEWUSSTSEIN VON SCHLAGERHÖRERN

Marina Schwarz
Universität Leipzig

Freitag, 1.11.19 | 17:15 | P4

Der Schlager gilt als peinlich. Er kann die Musik von Menschen sein, die ihre eigenen Wünsche so offen artikulieren, dass es dem Außenstehenden unangenehm ist. Er artikuliert Wünsche nicht versteckt, sondern direkt. Georg Seeßlen spricht im Zusammenhang von Peinlichkeit und Popkultur von einer Fototapete, die gemeinhin als Indiz schlechten Geschmacks gilt, als Unterschichten-Dekoration, da sie die Wünsche nach Sonne, Strand und Meer dem Betrachter so ohne Umschweife kommuniziert, dass die Unerreichbarkeit derselben zu offensichtlich erscheint (Seeßlen 2018). Ähnlich plakativ und dadurch »peinlich« verhält es sich mit den Inhalten des deutschen Schlagers, in dem es oftmals um Liebe, exotische Orte und ausgelassene Partystimmung geht. Hinter diesem Fremdschäm-Phänomen steckt ein spezifisch deutscher Neid auf »die da unten«, die ihre Wünsche und Sehnsüchte frei äußern und nicht die Problematik verspüren, dass die Wünsche immer schwerer zu erfüllen sind, je weiter »oben« man sich in der Gesellschaft befindet. In der Ablehnung des Peinlichen, des scheinbar einfachen Genusses, drückt man sein Missfallen aus, indem man über die anderen die Nase rümpft, wie Seeßlen herausgearbeitet hat. Aber weicht dieses Credo des deutschen Bildungsbürgertums, sich nur mit dem Wahren und Richtigen zu umgeben (Bio-Essen, Adorno, Sinfoniekonzert, Manufactum-Möbel) nicht langsam auf in einer Zeit, in der schamfrei, wenn auch ironisch, Socken mit Avocado-Muster, Bauchtaschen und Duschgel mit Einhorn-Aufdruck gekauft werden dürfen? Ist nicht die bewusste, fast schon exhibitionistische Zurschaustellung von Geschmacklosigkeiten ein Zeichen für die Aufweichung der Geschmacksdiktatur? Ist es in dieser Welt auch langsam möglich, Schlager zu hören, gerade weil sich dieses Genre an der Ästhetik der Popmusik bedient? In diesem Paper soll es um die Werturteile und um das neue Selbstverständnis von Schlagerfans mit fast rechtfertigend und dennoch selbstbewusst wirkenden Portalen wie »Ich find Schlager toll« (Universal Music) gehen. In ähnlicher Weise hat der Radiosender SWR4, der Schlager in seinem Programm hat, ein Multimedia-Dossier mitsamt der Einschätzung eines Psychologen für seine Internetseite produziert, um

dem Verdacht entgegenzuwirken, Schlagerhörer seien weniger intelligent als Hörer anderer Genres. Ein gewisser Rechtfertigungsdrang ist also doch noch vorhanden. Es geht auch um eine breitere Akzeptanz, da das Hören dieses so deutschen Genres, das in anderen Nationen nicht existiert und Nicht-Deutschsprachigen schwer zu erklären ist, zumindest in den Hoch-Zeiten des Heimat-Schlagers in den 1980 bis frühen 2000er Jahren, kaum möglich war. Daneben sollen aktuelle Zahlen zu Musikgeschmack und Präferenz zu den aktuellen Entwicklungstendenzen und Anlehnungen des Schlagers an Popästhetik und -sound in Relation gesetzt werden.

VITA

Marina Schwarz (geb. 1995), studierte von 2014-2018 Musikwissenschaft und Kunstgeschichte an der JGU Mainz. Von 2015 bis 2018 arbeitete sie unter anderem bei Prof. Dr. Axel Beer, Abteilung Musikwissenschaft an der JGU Mainz, beim Bärenreiter-Verlag und im ZDF-Musikarchiv. 2018 schloss sie den Master mit der Arbeit Aus dem »Best-of« der klassischen Musik: Drei Fallstudien zum Gelingen einer Kanonisierung ab. Seit 2018 arbeitet an der Dissertation: Atemlos zum Erfolg — Gender, Frauenbild und Entwicklungstendenzen im deutschen Schlager.

FACETTEN DES STILPLURALISMUS

Márton Szegedi

Sonntag, 3.11.19 | 9:30 | P3

In der westlichen Popularmusik zeigt sich seit den 1950er Jahren eine besonders starke Tendenz zum Stilpluralismus. Dieser manifestiert sich einerseits in der Koexistenz zahlreicher Subgenres, andererseits in Interpreten, die vom Publikum mit mehreren Stilrichtungen assoziiert werden. Bei solchen Interpreten wird eine stilistische Heterogenität entweder durch Stilwandel erzeugt, oder sie wird durch das simultane Vorhandensein mehrerer Stilidiome bewerkstelligt — Projekt für Projekt, LP für LP, oder sogar Song für Song.
Das Ziel der Präsentation ist die exemplarische Beschreibung wesentlicher Facetten stilpluralistischer Erscheinungen in der Popularmusik, und dieses Ziel ergibt sich aus der Beantwortung folgender Fragestellungen:

- Inwieweit lässt es sich pauschalisieren, welche Genres eher einen geschlossenen idiomatischen Rahmen haben, und welche für stilistische Absorptionen sowie Fusionen offener sind?
- Wo ist die Trennlinie zwischen stileigen und stilfremd?

- Welche unterschiedlichen stilistischen Phasen lassen sich innerhalb des Gesamtwerks eines Interpreten finden (kommerzielle Phase, Innovationsphase, Revivalphase usw.)?
- Wie kongruent ist die Abfolge dieser stilistischen Phasen bei ausgewählten Repräsentanten unterschiedlicher Subgenres?

VITA

Márton Szegedi (*1982), Studium der Musikpädagogik (Mag. art.), Klassische Gitarre (Mag.art.) sowie Musikwissenschaft (Dr. phil.) an der Kunstuniversität Graz; 2011-2014 Projektmitarbeiter, seit 2018 Senior Scientist am Institut für Jazzforschung der Kunstuniversität Graz; Mitherausgeber der Reihen Jazzforschung / Jazz Research, Beiträge zur Jazzforschung / Studies in Jazz Research, und Jazz Research News; Jüngste Veröffentlichung: The Music of Gábor Szabó (Graz: Adeva 2019); Forschungsschwerpunkte: Jazzanalyse, Stilforschung und musikalische Transkription.

✉ martonszegedi@gmail.com

»C'EST ÇA QU'ON CHANTE EN FRANCE«. REPRÄSENTATION DER »GRANDE NATION« DURCH POPULÄRE MUSIK IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND DER LANGEN 1960ER JAHRE

Maude Williams
Universität des Saarlandes

Samstag, 2.11.19 | 15:45 | P4

Nachdem sich die deutsche Jugend der 1950er mit dem amerikanischen Rock'n'roll angefreundet hatte, kamen in den 1960er Jahren aus Großbritannien aber auch aus Frankreich neue Musikformen, die in der Bundesrepublik mit dem amerikanischen Modell konkurrierten. Aus den Auswertungen von deutschen Hitparaden, Jungendzeitschriftenartikeln, Rundfunk- und Fernsehsendungen wird deutlich, dass französische Sänger und ihre Chansons — vor allem in der Zeit von 1962 bis 1967 — beim deutschen Publikum ein großes Echo fanden. Durch ihre Lieder und ihr Auftreten wurden sie zu populären Botschaftern Frankreichs. Besser als die traditionellen kulturellen und politischen Akteure konnten die französische Sänger die deutsche Jugend ansprechen und ein Bild Frankreichs vermitteln, das sich aus den existierenden Stereotypen speiste und gleichzeitig zur Formierung eines zeitgemäßen Frankreichbildes beim

deutschen Publikum beitrug. Nicht nur die Musik, sondern auch das Image der Sänger, das durch die Massenmedien (Fernsehen, Rundfunk und Zeitschriften) gebildet und vermittelt wurde, trug zur Bildung der »Grande Nation« als »imagined community« in der Bundesrepublik bei.

Die Analyse transnationaler Phänomene bringt außerdem ein Paradoxon hervor, das sich näher zu untersuchen lohnt: Obwohl die transnationale Vermittlung populärer Musik nationale Grenzen sprengte, verstärkte sie gleichzeitig die Wahrnehmung von Musik in nationalen Kategorien. Der französische Akzent, die französische Sprache, das Bild Frankreichs in den Liedern sowie die Themen, die von den französischen Sängern behandelt werden und die Mode, die eine wichtige Rolle bei der Aneignung und Identifizierung der Jugend spielte, waren unter anderem Elemente, die sowohl zur Distanzierung (durch die Entfernung mit der Realität) als auch zu Annäherung (durch das freundliche vermittelte Frankreichbild) beitrugen.

Ziel des Vortrags ist es, dieses Paradoxon zu beleuchten. Dafür wird eine Analyse des durch die populäre Musik vermittelten Frankreichbildes durchgeführt, die sich auf Quellen unterschiedlicher Art stützt: Musik, Texte, Image der französischen Sänger und ihr Auftreten in verschiedenen Medien sowie ihre Vorstellung durch deutsche Vermittler (Musikverleger, Discjockey, Fernsehansager). Auf die Rezeption der französischen Musik im deutschen Publikum wird im Vortrag ein differenzierter Blick geworfen, denn das Chanson zog ein anderes Publikum als die Yé-Yé-Lieder an und das Frankreichbild, das vermittelt wurde, war entsprechend ein anderes.

VITA

Maude Williams hat Geschichte und interkulturelle Studien an deutschen, französischen und britischen Universitäten studiert. 2016 schloss sie ihre Dissertation »Kommunikation in Kriegsgesellschaften am Beispiel der Evakuierungen in der deutsch-französischen Grenzregion 1939/40« (Sorbonne Université/Universität Tübingen) ab. Seit Mai 2018 ist sie Post-Doktorandin und Koordinatorin im DFG/FNR Projekt »Populärkultur transnational — Europa in den langen 1960er Jahren« (Universität des Saarlandes/Université du Luxembourg) und forscht zu deutsch-französischen Musikverflechtungen in den langen 1960er Jahren.

»HEAVY METAL HAT […] EINEN BERECHTIGTEN PLATZ IN DER SOZIALISTISCHEN MUSIKKULTUR.« WIE EINE JUGENDKULTUR ZU EINEM STAATLICH SUBVENTIONIERTEN MUSIKGENRE IN DER SPÄTEN DDR AVANCIERTE

Wolf Zaddach
Hochschule für Musik Franz Liszt Weimar,
British and Irish Modern Music Institute Berlin (BIMM Berlin),
Popakademie Baden-Württemberg

Samstag, 2.11.19 | 9:30 | P3

Heavy Metal war in den 1980er Jahren ein stark diskutiertes und häufig kritisiertes Genre: Von Vorwürfen der Jugendgefährdung im Kontext der internationalen ›moral panics‹ bis hin zu Unterstellungen der ideologischen Beeinflussung hinter dem ›Eisernen Vorhang‹. Gerade in der DDR, wo Heavy Metal äußerst beliebt war und nach Einschätzung eines Kulturfunktionärs 1987 gar als »derzeitige Zauberformel in der populären Musik« angesehen wurde, betrachtete der Staat das Genre lange Zeit zwiespältig. Nicht nur waren für die politische Elite der SED westliche Jugendkulturen spätestens seit dem Kahlschlag-Plenum mit Ulbrichts berühmter Anklage der »Monotonie des Yeah Yeah Yeah« 1965 mehr als problematisch. Auch wurde Heavy Metal zunächst zu unterdrücken versucht. Für das Ministerium für Staatssicherheit etwa galt die Jugendkultur als eine »Waffe des Feindes«.
Dennoch zeichnete neben der wachsenden Beliebtheit unter Jugendlichen, die ihre eigenen Freiräumen suchten und auch fanden, eine gesellschaftliche Auseinandersetzung ab, die als diskursiver Wandel beschrieben werden kann. In dessen Folge setzte die Kulturpolitik auf Integration in Form von Förderung und Unterstützung bei gleichzeitigem Ausgrenzen der sich herausbildenden extremeren Spielarten und bescheinigte Heavy Metal einen »berechtigten Platz in der sozialistischen Musikkultur«.
Basierend auf einer Doktorarbeit zum Thema (*Heavy Metal in der DDR*, transcript 2018) soll im Vortrag nachgezeichnet werden, wie der anfänglich als feindlich eingestufte und unterdrückte Heavy Metal im Verlaufe der 1980er Jahre zunehmend in den Kontext der staatssozialistischen Kulturpolitik integriert, infolgedessen quasi-subventioniert und somit als DDR-sozialistische Musik deklariert wurde.

VITA

Wolf Zaddach, *1985 in Lübben/Spreewald. Studium der Musikwissenschaft und Kulturmanagement (HfM Weimar), Neuere Geschichte (Friedrich-Schiller-Universität

Jena). 2014-2017 Promotion im Fach Musikwissenschaft (Studienstiftung des deutschen Volkes).
Seit 10/2011 ist er Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HfM Weimar (Prof. Dr. Steffen Höhne, Prof. Dr. Martin Pfleiderer), daneben derzeit Lehrbeauftragter am British and Irish Modern Music Institute Berlin (BIMM) und der Popakademie Baden-Württemberg.

J-POP, K-POP UND CO. — VORSTELLUNG NATIONALER IDENTITÄT DURCH POPMUSIK-BEGRIFFE IN OSTASIEN

Christopher Zysik
Universität Paderborn
Fakultät der Kulturwissenschaften

Samstag, 2.11.19 | 17:00 | P3

Nach dem Aufschwung und dem Platzen der Wirtschaftsblase zwischen 1986 und 1991, setzte in Japan eine ökonomische Stagnation ein. Zu dieser Zeit wurde der Begriff »J-Pop« (ジェイパップ, jeipappu) geprägt und ersetzte den Begriff »Kayōkyoku« (歌謡曲), der seit dem zweiten Weltkrieg für populäre japanische Musik benutzt wurde. Unter diesen wirtschaftlichen Umständen waren japanische Musikproduzenten gezwungen neue internationale Märkte zu fokussieren. »J-Pop« wurde hierbei verwendet, um internationale Konsumenten anzusprechen. Unter diesem Genre wurde japanische, populäre Musik dem Rest der Welt präsentiert, obwohl dessen musikalischen Ursprünge hauptsächlich in der westlichen Musikkultur zu finden sind.
Mit der Anwendung von Edward Said's Diskursanalyse des Orients auf »J-Pop« kann diese Namensgebung als ein Beitrag zur Exotisierung japanischer populärer Musik von und für eine westliche Perspektive betrachtet werden. Es hält dabei eine Trennung zwischen japanischer und westlicher Popmusik aufrecht. Mit der Verbreitung japanischer populärer Musik und Kultur, derer sich weltweit Subkulturen widmen, hat sich J-Pop als eine Form des Kulturimperialismus etabliert. Seitdem haben sich neue Formen nationengebundener Popmusik und -kulturen in anderen ostasiatischen Ländern entwickelt. Im Besonderen K-Pop aus Südkorea und seines jüngsten kulturellen Wirkens in Ostasien und anderen Teilen der Welt (한류, Hallyu, Korean Wave).
Dieser Vortrag untersucht den Gebrauch von »J-Pop« in globalen und lokalen Diskursen und wie der Begriff einen Nischenmarkt außerhalb Japans etabliert hat, in dem eine japanische nationale Identität oder »Japanizität« vorgestellt wird, die die nationale

Herkunft der Waren betont. Basierend auf dem postkolonialen Konzept des strategischen Nationalismus werden die jüngst entwickelten Pop-Begriffe in Ostasien analysiert und wie sie den japanischen Kulturimperialismus dekonstruieren.

VITA

Christopher Zysik ist Doktorand im Fach Musik an der Universität Paderborn; Studium der Musikwissenschaft, Philosophie und Populären Musik und Medien. Sein Forschungsinteresse umfasst u.a. Populäre Kultur und Musik in Ost-Asien, Starkult- und Prominenzforschung, Postkoloniale Studien, Ästhetik und Machttheorien. In seiner neuesten Publikation beschäftigte er sich mit der Identität von Frauen in der chinesischen Punkrock-Szene.

TOURISTISCHES

Die Mainzer Innenstadt ist aufgeteilt in Altstadt und Neustadt, ›Grenzlinie‹ zwischen beiden Teilen ist die Kaiserstraße. Die Straßenschilder in der gesamten Innenstadt sind in entweder Rot oder Blau gehalten, um die Orientierung zu erleichtern: Straßen mit roten Schildern führen zum Rhein hin, Straßen mit blauen Schildern verlaufen parallel zum Rhein. Das kann zuweilen durchaus hilfreich sein, weil insbesondere die Neustadt suggeriert, nach Mannheimer Art als rechteckiges Gitter aufgebaut zu sein, de facto ist dieses Gitter allerdings einigermaßen windschief.
Highlights

- Mainzer Dom, schlicht und einfach
- St. Joseph, in direkter Nähe zum Dom gelegen und erst Anfang 2019 als vermutlich älteste christliche Kirche nördlich der Alpen identifiziert
- St. Stephan, sehr schöne Aussicht über Mainz, weltberühmt aber vor allem wegen der von Marc Chagall gestalteten Fenster im Altarraum
- Neue Synagoge, spektakuläre Architektur für ›Magenza‹, bis 1938 eine der größten jüdischen Gemeinden entlang des Rheins, Synagogenplatz
- St. Christoph, Ruine der Taufkirche von Johannes Gutenberg, Hintere Christofsgasse 3-5
- Gutenberg-Museum, ältestes Druck- und Schriftmuseum der Welt, Liebfrauenplatz 5
- Staatstheater Mainz, eröffnet 1833, Gutenbergplatz
- auf dem Gutenbergplatz ist der 50. Grad nördlicher Breite markiert
- für die ganz arg Musikbegeisterten: Ab und an ist der Innenhof des Schott Verlags auch für Besucher*innen geöffnet (leider sehr unregelmäßig), Weihergarten 5
- Wer (mehr oder weniger) lustige Spielereien mag: Aktuell werden immer mehr Fußgängerampeln mit roten und grünen Mainzelmännchen als Lichtzeichen ausgestattet

ANREISE

Die Innenstadt von Mainz ist grundsätzlich relativ bequem zu Fuß zu durchqueren, ebenso ist es prinzipiell möglich, vom Hauptbahnhof zum Philosophicum in ca. 15 Minuten (bergauf!) zu laufen.
Der ÖPNV ist vergleichsweise gut organisiert und auch sonn- und feiertags einigermaßen komfortabel getaktet.
Achtung: In Rheinland-Pfalz ist der 1. November ein Feiertag, es gelten also die Sonntagsfahrpläne!

BUSSE VOM HAUPTBAHNHOF ZUR UNIVERSITÄT

6 (→Gonsenheim), Ausstieg »Universität«, von dort ca. 7 Minuten Fußweg zum Philosophicum, komplett barrierefrei
54 (→Klein-Winterheim), Ausstieg »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«, von dort ca. 3 Minuten Fußweg zum Philosophicum, nicht barrierefrei
55 (→Finthen), Ausstieg »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«, von dort ca. 3 Minuten Fußweg zum Philosophicum, nicht barrierefrei
56 (→Wackernheim), Ausstieg »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«, von dort ca. 3 Minuten Fußweg zum Philosophicum, nicht barrierefrei
57 (→Bretzenheim), Ausstieg »Universität«, von dort ca. 7 Minuten Fußweg zum Philosophicum, komplett barrierefrei

STRAßENBAHNEN (DIE BERÜHMTE ›MAINZELBAHN‹) VOM HAUPTBAHNHOF ZUR UNIVERSITÄT

51 (→Lerchenberg), Ausstieg »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«, von dort ca. 3 Minuten Fußweg zum Philosophicum, komplett barrierefrei
53 (→Lerchenberg), Ausstieg »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«, von dort ca. 3 Minuten Fußweg zum Philosophicum, komplett barrierefrei

FAHRPLÄNE

https://www.mainzer-mobilitaet.de/bus-und-bahn/fahrplaene

TICKETS

(1) Kurzstrecke: 1,80 €uro für eine Fahrt, gilt z.B. von »Hauptbahnhof« bis »Universität« oder von »Hauptbahnhof-West« bis »Friedrich-von-Pfeiffer-Weg«
(2) Einzelticket: 2,80 €uro für eine Fahrt, gilt im kompletten Bereich Mainz/Wiesbaden (»Wabe 65«)

(3) Sammelticket: 11,70 €uro für 5 Einzeltickets (á 2,34 €uro) für je eine Fahrt, gilt im kompletten Bereich Mainz/Wiesbaden (»Wabe 65)
(4) Tageskarte: 5,60 €uro für beliebig viele Fahrten im kompletten Bereich Mainz/Wiesbaden (»Wabe 65«) bis 5.00 Uhr des Folgetags

Alle Tickets können am Automaten oder direkt im Bus / in der Straßenbahn sowie über die App DB Navigator gekauft werden.

https://www.mainzer-mobilitaet.de/bus-und-bahn/tickets-und-tarife/einzel-und-tagestickets

ABENDGESTALTUNG

Für Freitagabend (1. November) ist im Quartier Mayence ab 20.30 Uhr eine zentrale ›Anlaufstelle‹ zum Abendausklang vorgesehen:
Weihergarten 12, 55116 Mainz (direkt gegenüber dem weltberühmten Schott Verlag), jede Menge Getränke und eine kleine Speisekarte mit Burgern u.ä.

Für Samstagabend (2. November) ist ab 20.00 Uhr ein ›Conference Dinner‹ im Baron vorgesehen. Der Baron ist direkt auf dem Campus, Johann-Joachim-Becher-Weg 3, 55128 Mainz, für das ›Conference Dinner‹ mit 3-Gänge-Büffet (fleischlich oder vegan) sind ggf. 10,00 €uro zusätzlich zu entrichten.
Wer an einem der beiden Abende auf eigene Faust losziehen möchte, findet in der Mainzer Innenstadt jede Menge Möglichkeiten zum Essen, Trinken und Tanzen, u.a.:

BEIM BUDIKER, €

Bar, Kneipe (es gibt hauptsächlich Flammkuchen), Raimundistraße 13

DOMSGICKEL, €

›Klassische‹ Kneipe (es gibt auch Essen), Grebenstraße 16, direkt hinter dem Mainzer Dom
www.kneipe-domsgickel.de

EISGRUBBRÄU €€

Mainzer Gasthausbrauerei (es gibt auch Essen) mit eigenen Biersorten, Weißliliengasse 1a
www.eisgrub.de

GOLDEN HARP €€

Irish Pub, direkt im Hauptbahnhof (linker Flügel)
www.goldenharp.de

HADDOCK'S €

›Klassische‹ Studikneipe (es gibt auch Essen), Frauenlobstraße 27
www.haddocks-mainz.de

HAFENECK €

Kleine, aber gemütliche Kneipe (es gibt auch Essen) kurz vorm Rhein, Frauenlobstraße 93
www.hafeneck.de

HEILIGGEIST €€€

Bar/Restaurant in den Gewölben eines ehemaligen Hospizes (es gibt auch Essen), Fischergasse Ecke Mailandsgasse
www.heiliggeist-mainz.de

IRISH PUB €€

Nomen est omen, Weißliniengasse 5
www.theirish.pub.de

KAMIN €€

Kleines Barrestaurant (es gibt auch Essen) in der Altstadt, Kapuzinerstraße 8-10
www.kamin-mainz.de

KROKODIL €

Gemütliche Kneipe (es gibt auch Essen) am Sömmeringplatz, Neckarstraße 2
www.krokodil-mainz.de

LOMO €€

Oben Café und eher ruhige Lesebar (es gibt auch Essen), unten ab 20 Uhr geöffnete Lounge-Bar im Gewölbekeller mit Musik, Ballplatz 2 (Nähe Schillerplatz)
www.lomo-mainz.de

NEUSTADT-APOTHEKE €

›In‹-Kneipe in einer ehemaligen Apotheke (es gibt Kleinigkeiten), Frauenlobplatz 5

NIRGENDWO €

›Klassische‹ Studikneipe (es gibt auch Essen), Boppstraße 9 (Ecke Frauenlobstraße)

POMP €€

Café/Bar im American Diner-Stil (es gibt auch Essen), Große Bleiche 29 (direkt am Neubrunnenplatz)
www.cafe-pomp.de

SAUSALITOS €€

Cocktailbar der gleichnamigen Kette, Mitternachtsgasse 1
www.sausalitos.de/mein-sausalitos/mainz.html

SCHICK & SCHÖN €

Kneipe mit eigenwilliger Einrichtung, trotzdem ein ›Hot Spot‹, Kaiserstraße 15 (Ecke Boppstraße) www.schick-und-schoen.de

SCHRÖDERS €

Galt um 1990 als lauteste Kneipe in Mainz, mittlerweile deutlich leiser, Illstraße 14 (Ecke Rheinallee)

SIXTIES €

Auch hier gilt »nomen est omen«: britischer Pub (Originaleinrichtung!) mit viel Musik und der größten Auswahl an Biersorten in Mainz, Große Langgasse 11

TEILCHEN & BESCHLEUNIGER €

Bierbar (es gibt auch Essen) am Gartenfeldplatz, dem Gentrifizierungszentrum der Neustadt, Gartenfeldstraße 22

CLUBS & DISCOS

CAVEAU

Mischung aus Jugendkeller, Club und Geheimtipp in einem alten Gewölbekeller; wechselnde Musikrichtungen, Schillerstraße 11 (Rückseite des Institut Français am Schillerplatz)
www.caveau.de

DORETT BAR

Zur Bar umgewidmeter ehemaliger Strip-Club mit wechselnden DJs, Zanggasse 36
www.dorett-mainz.blogspot.de

KUZ KULTURZENTRUM MAINZ

Der ›dienstälteste‹ Club in Mainz, Dagobertstraße 20B
https://www.kulturzentrummainz.de/

Geheimtipp: Am Samstag, 2. November 2019 legt ab 22.00 Uhr im zum KUZ gehörenden ›Waschhaus‹ DJ Kaspar Hauser jede Menge »Italo-Disco« auf… ☺

RED CAT

Gern von vielen Menschen besuchter Club in einem ehemaligen Kupferberg-Weinkeller mit sehr unterschiedlichem Musikprogramm, Emmerich-Josef-Straße 13
www.redcat-club.de

SCHON SCHÖN

Der Club ›to be‹ in Mainz, mehrfach für das hervorragende Booking ausgezeichnet, in Sachen Tanzbein schwingen geht's erst ab etwa 23.00 Uhr richtig los, Große Bleiche 60-62
www.schon-schoen.de

Viel Vergnügen!

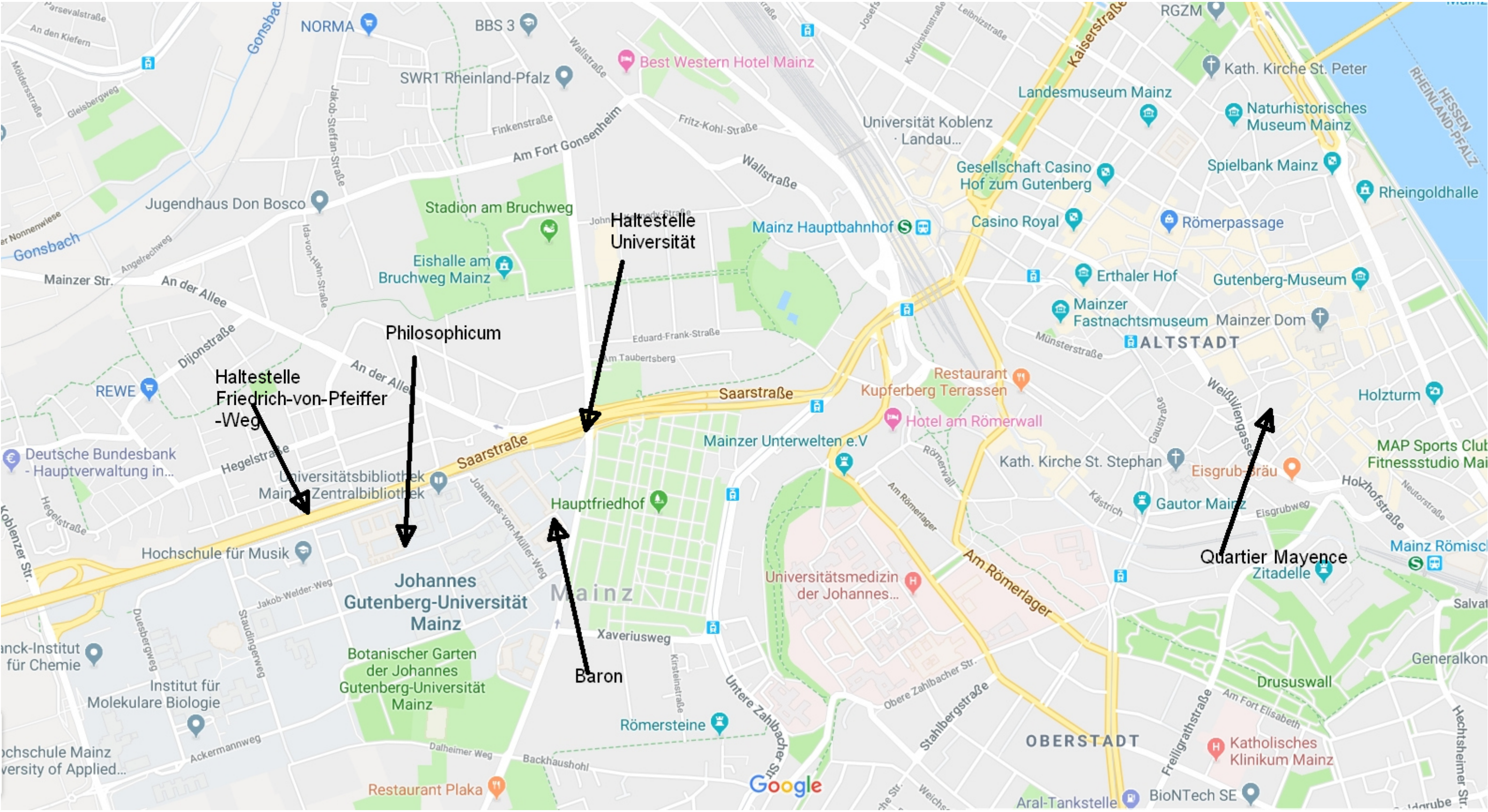
Dankeschön!

Tagungsleitung:
Thorsten Hindrichs

Tagungsteam:
Moritz Behner, Thorsten Hindrichs, Luisa Hobson, Noah Lieven, Carolin Mahling, Mariam Tarkian

Layout, Satz und Redaktion:
Eva Schuck

Plakat- und Umschlaggestaltung:
Julia Kussius (http://www.juliakussius.de/)



Haltestelle Universität
Philosophicum
Haltestelle Friedrich-von-Pfeiffer -Weg
Baron
Quartier Mayence
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Saarstraße
Hauptfriedhof
Mainz Hauptbahnhof
ALTSTADT
OBERSTADT
Mainz
Universitätsbibliothek Mainz Zentralbibliothek
Botanischer Garten der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Hochschule für Musik
Stadion am Bruchweg
Eishalle am Bruchweg Mainz
Universitätsmedizin der Johannes...
Zitadelle
Mainzer Dom
Gutenberg-Museum
Römerpassage
Kaiserstraße
Am Römerlager

Dankeschön!

Tagungsleitung:
Thorsten Hindrichs

Tagungsteam:
Moritz Behner, Thorsten Hindrichs, Luisa Hobson, Noah Lieven, Carolin Mahling, Mariam Tarkian

Layout, Satz und Redaktion:
Eva Schuck

Plakat- und Umschlaggestaltung:
Julia Kussius (http://www.juliakussius.de/)

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung bei:

LANDESMUSIKRAT
RHEINLAND-PFALZ

pop RLP
KOMPETENZZENTRUM
POPULARMUSIK
RHEINLAND-PFALZ

Kompetenznetzwerk
Demokratie *leben!*
in Rheinland-Pfalz

RheinlandPfalz
MINISTERIUM FÜR FAMILIE,
FRAUEN, JUGEND, INTEGRATION
UND VERBRAUCHERSCHUTZ