Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

Herausgeber: Empirische Kulturwissenschaft Schweiz

Band: 118 (2022)

Heft: 2

Artikel: Schlager und Pop : ethnografisch-kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Annäherungen und Abstossungen

Autor: Müske, Johannes

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1035158

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 05.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

SCHWEIZERISCHES ARCHIV FÜR VOLKSKUNDE / ARCHIVES SUISSES DES TRADITIONS POPULAIRES
118. JAHRGANG (2022), HEFT 2, S. 89–107, DOI 10.33057/CHRONOS.1699/89-107

Schlager und Pop

Ethnografisch-kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Annäherungen und Abstossungen

JOHANNES MÜSKE

Abstract

Der Beitrag untersucht, wie das populäre Musikgenre Schlager in gegenwärtigen öffentlichen Diskursen sowie in der Rezeption der Hörer:innen ausgehandelt wird. Am Beispiel von Musikvideos und zugehörigen Youtube-Kommentaren wird der Frage nachgegangen, wie sich gesellschaftliche Modernisierungsprozesse im Schlager und in Rezeptionsweisen widerspiegeln. Informiert von Ansätzen der Cultural Studies und der Diskursanalyse, entwickelt der Beitrag einen kulturwissenschaftlich-ethnografischen Zugang zu Emotionspraktiken und ästhetischer Erfahrung. Während die Pop- und Populärkulturforschung Schlager immer noch weitgehend als Forschungsthema ablehnt, wird hier eine emphatische Perspektive vorgeschlagen, welche die Alltagserfahrungen der vielen ernst nimmt.

Keywords: schlager, popular music, reception studies, ethnography, cultural anthropology, ethnomusicology, everyday culture, music video, Youtube, transculturality
Schlager, Popularmusikforschung, Rezeptionsforschung, Ethnografie, Kulturanthropologie, Ethnomusikologie, Musikvideo, Youtube, Transkulturalität

Die jüngste öffentlichkeitswirksame Kritik am Schlager geriet zur Hommage: In seiner Sendung *ZDF Magazin Royale* griff der Satiriker Jan Böhmermann eine Industrie an, in der die immer gleichen Protagonist:innen in den immer gleichen Shows sich gegenseitig Auftritte zuschöben, sich mithilfe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bereicherten, Klischees verbreiteten und dem Publikum eine heile Welt vorgaukelten, wo in Wirklichkeit Korruption und Gier herrschten.[1] «Von diesem

1 ZDF Magazin Royale, Sendung vom 25. 3. 2022, online in der ZDF-Mediathek; der Hauptteil, *The Godfather of Schlager Michael Jürgens*, via Youtube mit Kommentaren, www.youtube.com/watch?v=kX1Prc8sUVk, 1. 7. 2022. Der Autor dankt den Herausgeber:innen des *Archivs für Schweizerische Volkskunde* und des *Special Issue* sowie Michael Fischer, Freiburg im Breisgau, und einem/einer anonymen Reviewer:in für die hilfreichen Anmerkungen zu diesem Beitrag.

Angriff wird sich der deutsche Schlager niemals erholen», schrieb die *Rundschau*.[2] Trotzdem ist der Schlager weiter auf Sendung, und wie zum Beweis für seine Vitalität kippte auch Böhmermanns TV-Beitrag, denn nach der Kritik parodierte der Moderator einen Song, verkleidet als Verschnitt der Schlagerstars Thomas Anders und Florian Silbereisen, und dies gelang mit Kameraführung, Himmelsschaukel, Glitzer, Backgroundgesang und Bad in der Menge in Materialität und Performanz so überzeugend, dass Kommentator:innen im Netz vermuteten, hier lebe jemand seine heimliche Schlagerliebe aus.[3]

Im anhaltenden Erfolg des Schlagers zeigt sich die Wandlungsfähigkeit des Genres, man denke etwa an die Tanzmusik der 1920er-Jahre, die Heimat- und Fernwehschlager im zweiten Drittel des 20. Jahrhunderts oder die Discoschlager der 1970er-Jahre – der Schlager findet sein Publikum und modernisiert sich stetig im Anschluss an aktuelle popkulturelle Entwicklungen. Heute ist der Schlager nach Einschätzung der Musikwirtschaft «so modern wie nie», die aktuelle Klangpalette des Schlagers reicht von der volkstümlichen Schlagermusik über Partyschlager, Chansons, Neo- respektive Popschlager mit Einflüssen aus der elektronischen Tanzmusik (EDM).[4] Prominente Vertreter:innen wie Helene Fischer, Florian Silbereisen, Beatrice Egli oder Giovanni Zarrella füllen Arenen, Bildschirme und Kassen. Aus der Sicht der Popularmusikforschung und der Feuilletons hingegen gehört der Schlager nicht zur künstlerischen Avantgarde und wird weitgehend als konservatives Genre gesehen, oft im Verbund mit der Volksmusik, das heisst dem volkstümlichen Schlager, der in den 1980er- und 90er-Jahren besonders populär war.[5] Schlager wird gar als das «Böse»[6] im Pop wahrgenommen, wie immer wieder auch Umfragen unter Studierenden in aktuellen Lehrveranstaltungen zu populärer Kultur und Musik bestätigen: Ästhetische Werturteile über diese «schlechte» und kommerzielle Musik, ihre Nähe zur spiessigen Volksmusik oder gar zu rechten Milieus sind gängige Kritikpunkte. Auch die erwähnte Satiresendung bewegt sich ganz im klassischen Narrativ einer Kulturkritik,[7] die Kommerz und Oberflächlichkeit anprangert und von «Cliquenwirtschaft» spricht, deren Folge eine «schlechte

2 Frankfurter Rundschau (2022): ZDF Magazin Royale: Jan Böhmermanns Satire erinnert an *Switch Reloaded* von Lukas Rogalla, 27. 3. 2022, mit Kommentaren, www.fr.de/kultur/tv-kino/kritik-zdf-magazin-royale-jan-boehmermann-schlager-michael-juergens-silbereisen-tv-91437234.html, 1. 7. 2022.

3 Vgl. Anm. 1 und 2.

4 Musikwoche (2022): Dossier MusikWoche: Der Schlager ist so modern wie nie. In: Musikwoche, von Dietmar Schwenger, 14. 4. 2022, https://beta.musikwoche.de/details/470259, 1. 7. 2022.

5 Fischer, Michael: Massa damnata? Zur Kritik der «volkstümlichen Musik» in den 1990er-Jahren. In: Marina Schwarz (Hg.): Das verdächtig Populäre in der Musik. Wiesbaden 2021, S. 253–271.

6 Baßler, Moritz: Das Böse im System des Pop? Ästhetische und politische Urteile am Beispiel des Schlagers und Neoschlagers. In: textpraxis. Digitales Journal für Philosophie 02/2021, Sonderband 5: The Sound of Germany, hg. von Immanuel Nover und Kerstin Wilhelms, https://dx.doi.org/10.17879/36029758144.

7 «Kulturkritik« wird hier in der feuilletonistisch-umgangssprachlichen Bedeutung verwendet (in Anlehnung an die feuilletonistische Verwendung selbst); für eine ausführlichere Diskussion der Begriffsgeschichte bei Adorno vgl. Schiller, Hans-Ernst: Kultur als Täuschung und Versprechen. Adorno zur Kulturkritik. In: Fernand Hörner (Hg.): Kulturkritik und das Populäre in der Musik. Münster, New York 2016, S. 179–191.

Qualität der Schlagerproduktion» sei.[8] Es handle sich beim Schlager gewissermassen um eine kulturelle Arrièregarde, die ein ungeliebter Teil des Pop sei, jedoch musikalisch nichts Neues wage und in Ästhetik, Themen und Rollenbildern hinterherhinke. Folgerichtig werde Schlager daher auch nur von einer «Restgruppe» der kulturell abgehängten Milieus konsumiert, «wobei Alter und soziale Schicht (*class*) eine Rolle spielen [...]. Der Schlager bleibt damit das kulturindustrielle musikalische Angebot für diejenigen, denen für die klassische Musik die Bildung und für die Popmusik die sprachliche, kulturelle und intellektuelle Beweglichkeit fehlen.»[9] Für den ernsthaften popkulturellen Diskurs, der Reflexionsfähigkeit und Ironie in Schaffen und Rezeption voraussetze, sei der Schlager jedenfalls verloren. Wenn überhaupt, wird über den Schlager im Modus der Abgrenzung, zumindest aber mit ironischer Distanz geschrieben.[10]

Die Popforschung wird dem Mainstream – und mit diesem auch dem Schlager – angesichts dessen grosser alltagskultureller Bedeutung nicht gerecht.[11] Dieser Beitrag formuliert eine emphatischere Sicht auf den Schlager, die nicht nur werkimmanent vorgeht, sondern das Publikum und dessen Aneignung des Schlagers in die Forschung einbezieht und die Wichtigkeit dieses populären Genres für die ästhetische Gestaltung des Alltags der vielen anerkennt. Der Beitrag geht der Frage nach, wie der Schlager ethnografisch erforscht werden kann. Nach einer Darstellung des Forschungsstandes wird, basierend auf der Kultursoziologie des künstlerischen Feldes von Bourdieu und informiert von den Cultural Studies, eine Perspektive entworfen, die den Blick weg von Definitionsfragen und Wertungen hin zum Schlagerpublikum und zu seinen Rezeptionsweisen öffnet. Am Beispiel einiger aktueller Schlager werden verschiedene Schlagersujets und ihre Nutzung für die ästhetische Gestaltung des Alltags untersucht. Der Beitrag ist Teil eines in der Entstehungsphase befindlichen Forschungsprojekts zum alltäglichen ästhetischen Erleben des Schlagers.[12]

Kulturwissenschaftliche Blicke auf den Schlager

Der Begriff «Schlager» wurde seit dem zweiten Drittel des 19. Jahrhunderts für erfolgreiche Musikstücke gebraucht und bezeichnete einen verkaufsträchtigen Titel (im Englischen später «hit» genannt), zumeist aus dem Bereich des populären Musiktheaters (Operette, Revue). Verbreitete Definitionen kennzeichnen den Schlager als deutschsprachige,[13] eingängige und auf ökonomischen Erfolg angelegte Unter-

8 Schmidt-Joos, Siegfried: Geschäfte mit Schlagern. Bremen 1960, S. 36.
9 Baßler (Anm. 6), hier S. 4 f.
10 Zum Beispiel Moritz, Rainer: Schlager. 100 Seiten. Ditzingen 2017.
11 Vgl. dazu Jost, Christofer: Musikalischer Mainstream. Aufgaben, Konzepte und Methoden zu seiner Erforschung. In: POP. Kultur und Kritik 8 (2016), S. 152–172.
12 Fischer, Michael; Müske, Johannes: Schlager erforschen. Ethnografische Annäherungen an ein populäres Genre und seine Akteure (Arbeitstitel), Zentrum für Populäre Kultur und Musik, Universität Freiburg.
13 Der «Schlager» ist begrifflich ein deutschsprachiges Phänomen. Stars aus Deutschland, Österreich und

haltungsmusik.[14] Noch Anfang des 20. Jahrhunderts wurde der Schlagerbegriff sehr offen verwendet und es wurde «sehr viel Bunteres [subsumiert], als wir das heute tun», doch ab den 1920er-Jahren galt Schlager zunehmend als «Inbegriff dessen, was viele als prinzipielle Fehlentwicklung der Lied- und Massenkultur ablehnten».[15] Zu diesem Zeitpunkt wandelte sich der Schlagerbegriff vom Signet für Erfolg hin zu einer musikalischen Gattungsbezeichnung, eine Entwicklung, die in engem Zusammenhang mit der fortschreitenden Ausdifferenzierung und Kommerzialisierung des Musikbetriebs steht. Eine eigenständige Schlagerindustrie entstand in Deutschland ab den 1950er-Jahren – und mit ihr eine «oft unterschätzte, originär deutsche Kunstform, die über Jahrzehnte viele große Namen hervorbrachte».[16]

Ein wissenschaftlicher Diskurs zum Schlager setzte ebenfalls in den 1950er-Jahren ein. Einzelstudien entstanden vor allem im Grenzbereich von musikalischer Volkskunde und Musik-/Kultursoziologie.[17] Inspiriert von einem weiten Kulturbegriff, mit Raymond Williams verstanden als «whole way of life», konnten auch vormals nicht berücksichtigte kulturelle Praktiken wie etwa die Arbeiterkultur oder andere bisher nicht als Teil der legitimen Kultur wahrgenommene kulturelle Formen zum Thema der Kulturanalyse werden. Basierend auf empirischen Zugängen und Datenmaterial wie Liedinhalten oder Chartplatzierungen, teils auch Interviews, suchten Studien nach dem Verbindenden von Volkslied und Schlager,[18] fragten nach den «sozialen und ökonomischen Bedingungen» des Schlagers[19] und gingen Singpraktiken und gesellschaftlichen Funktionen des Genres nach.[20] Oft blieben diese frühen Studien einer kulturkritischen Sicht verhaftet.

Wie Hermann Bausinger kritisiert,[21] wurde in der Volkskunde der Schlager lange in Opposition zum Volkslied gesehen, schon das Thema galt als fragwürdig.[22] In der Volkskunde hallte lange Herders idealisierendes Konzept des Volks-

der Schweiz sind grenzübergreifend erfolgreich, zum Beispiel Künstler:innen wie Beatrice Egli, Helene Fischer, Andreas Gabalier oder DJ Ötzi, vgl. auch Anm. 39 und 40.

14 Vgl. zum Beispiel Bandur, Markus: Schlager. In: Albrecht Riethmüller (Hg.): Handwörterbuch der musikalischen Terminologie, Ordner V: P–Se. Stuttgart 1990, https://daten.digitale-sammlungen.de/0007/bsb00070511/images, 1. 7. 2022; Wicke, Peter: Art. Schlager, Begriff [1998]. In: MGG Online, hg. von Laurenz Lütteken. Kassel, Stuttgart, New York 2016 ff., veröffentlicht Dezember 2021, www.mgg-online.com/mgg/stable/401126.

15 Maase, Kaspar: Was macht Populärkultur politisch? Wiesbaden 2010, S. 21, 25.

16 Grabowsky, Ingo; Lücke, Martin: Trällern für das Vaterland. In: Spiegel online, 12. 12. 2008, www.spiegel.de/geschichte/schlager-geschichte-a-948039.html, 1. 7. 2022.

17 Schilling, Heinz: Zur Erforschung des Schlagers. In: Zeitschrift für Volkskunde 63/1 (1967), S. 74–78, hier S. 76 f.

18 Bausinger, Hermann: Volkslied und Schlager. In: Jahrbuch des Österreichischen Volksliedwerkes 5 (1956), S. 59–76.

19 Mezger, Werner: Schlager. Versuch einer Gesamtdarstellung unter besonderer Berücksichtigung des Musikmarktes der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen 1975, S. 36.

20 Fischer, Hermann: Volkslied, Schlager, Evergreen. Studien über das lebendige Singen aufgrund von Untersuchungen im Kreis Reutlingen. Tübingen 1965.

21 Bausinger (Anm. 18).

22 Wiora, Walter: Das echte Volkslied. Heidelberg 1950; Suppan, Wolfgang: Rezension zu: Hermann Fischer: Volkslied, Schlager, Evergreen [...]. Tübingen 1965. In: Jahrbuch für Volksliedforschung 11 (1966), S. 144–146, www.jstor.org/stable/847145.

lieds nach, das er vom Gassenhauer des Pöbels (und vom Kunstlied der gebildeten Schichten) unterschied.[23] Der Schlager konnte als «neuzeitliches Großstadtlied» in einer Volkskunde, die sich volkstumsideologisch dem Ländlich-Vergangenen widmete, kaum zum Thema werden, da er aus Sicht einer konservativ ausgerichteten Liedforschung nicht «echt» genug war. Von «links» hingegen galt der Schlager infolge der Kritik Adornos und anderer an der Kulturindustrie als problematischer Gegenstand.[24]

In den 1990er-Jahren, während das aktualisierend-ironische Schlagerrevival (Guildo Horn und Co.) vorschnell als Schwanengesang des Schlagers wahrgenommen wurde, begannen Schlagerstudien, sich aus der kulturkritischen Umklammerung zu lösen. Insbesondere entstanden historische Untersuchungen und Ausstellungen, die die populäre Musik als historische Quelle und Gradmesser des Zeitgeistes anerkennen und unterhaltsame Fallstudien präsentieren, jedoch werkimmanent vorgehen und Rezeptionsweisen unberücksichtigt lassen.[25] In den letzten zwei Jahrzehnten, parallel zur Transformation des Schlagers zum Popschlager – dem gegenwärtig erfolgreichsten Schlager-Subgenre mit Anleihen von EDM, Latin-/Deep-House und Singer-/Songwriter-Pop –, erweiterte sich auch das kulturwissenschaftliche Forschungsspektrum. Film- und medienwissenschaftliche Studien zum Schlagerfilm betonen die mediale Verflochtenheit des Schlagers, insbesondere im Verbund mit Tonfilm und Fernsehen, zum Beispiel in Shows, Hitparaden, Schlagerwettbewerben und weiteren Formaten.[26] Insgesamt galt der Schlager jedoch nicht als legitimes Forschungsfeld und wurde selten erforscht, wie die wenigen Schlagerstudien beklagen.[27]

23 Bose, Fritz et al.: Volkslied – Schlager – Folklore (mit Diskussion). In: Zeitschrift für Volkskunde 63/1 (1967), S. 40–78, hier S. 40. Die Medien- und Kulturkritik, die den Schlager als industriell gefertigtes schnelllebiges Massenprodukt in einen gedanklichen Gegensatz zur Welt des vortechnisch-ländlichen Volkslieds stellte, ist angesichts der eruptiven Entwicklung des Schlagermarkts und der rasanten Verbreitung von Abspielgeräten und Schallplatten im zweiten Drittel des 20. Jahrhunderts durchaus erklärbar: In einer «technischen Welt» (Hermann Bausinger), in der die Welt zunehmend medial vermittelt erfahren wird, musste die Volkskunde den Verlust des Volkslieds und damit ihres Gegenstands beargwöhnen.

24 Vgl. zum Beispiel Mendívil, Julio: Über Musikethnologie und Popularmusikforschung. In: Annette Dyck-Hemming, Jan Hemming (Hg.): Beiträge zur Jahrestagung der Gesellschaft für Musikforschung in Kassel 2017. Das Populäre in der Musik und das Verlagswesen. Wiesbaden 2019, S. 117–125, sowie Hörner, Fernand: Zur Medialität von Pop-Songs und die Konsequenzen für die Songanalyse, ebd., S. 99–105.

25 Grabowsky, Ingo; Lücke, Martin: Die 100 Schlager des Jahrhunderts. Hamburg 2008; dies.: Schlager. Eine musikalische Zeitreise von A bis Z. Erlangen 2010; Helms, Dietrich: «Was die Wellen dir zärtlich erzählen». Anmerkungen zum Schlager als Quelle historischer Forschung. In: ASPM Beiträge zur Popularmusikforschung 26/27 (2000), S. 143–167; Moritz, Rainer: Der Schlager. In: Etienne François, Hagen Schulze (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. München 2001, S. 201–218; Port le roi, André: Schlager lügen nicht. Deutscher Schlager und Politik in ihrer Zeit. Essen 1998.

26 Schulz, Daniela: Wenn die Musik spielt ... Der Deutsche Schlagerfilm der 1950er- bis 1970er-Jahre. Bielefeld 2012; Wulff, Hans Jürgen; Fischer, Michael (Hg.): Musik gehört dazu. Der österreichisch-deutsche Schlagerfilm 1950–1965. Münster, New York 2019; Fuchs, Maria: Plurimedialität des Schlagers. Genrekino, populäres Lied und kulturelle Erinnerung der Alpen. In: Johannes Müske, Michael Fischer (Hg.): Schlager erforschen. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf ein populäres Phänomen. Münster, New York 2022, S. 185–202.

27 Ein Überblick findet sich bei Wulff, Hans Jürgen: Schlager, Schlagerfilm, Schlagerforschung. Ein bi-

Die Ausgrenzung des Schlagers aus dem kulturellen Feld – zu dem auch die Forschung gehört (siehe unten) – hat Kaspar Maase diskursanalytisch untersucht.[28] Er stellt heraus, dass dem Sprechen über den Schlager spezifische Deutungsmuster zugrunde liegen, wobei er zwei grundsätzliche Sichtweisen ausmacht, die die Debatten um die «gute» populäre Musik prägen: Die gesellschaftlichen Auseinandersetzungen um das Genre werden sichtbar im Paradigma «Volk und Kunst», das allmählich durch «Gesellschaft und Unterhaltung» abgelöst wurde.[29] Bei Ersterem handle es sich «faktisch [um] eine politisierte Ästhetik – gedacht in der Tradition der deutschen Klassik».[30] Kunst soll hier der ästhetischen und moralischen Erziehung des Menschen dienen. Letzteres Deutungsmuster beinhaltet hingegen unausgesprochen eine funktionalistische Auffassung der populären Künste: «Auf welche Weise neue Medien- und Freizeitdispositive sich in konkreten Formen des Umgangs mit Musik, mit Unterhaltungsangeboten allgemein, realisieren, das wird im Rahmen sozialwissenschaftlicher Theorien erklärt. [...] Grundlegend – und deswegen nicht in jeder Studie explizit gemacht – sind *kompensationstheoretische* Annahmen.»[31]

Es kann daher also, je nach Deutungsmuster, aus unterschiedlichen Gründen «falsch» sein, Schlager zu hören: Weil sie ästhetisch minderwertig und gefährlich sind, aber auch weil sie in einer entfremdeten Welt als Pseudobefriedigung von Sehnsüchten einer entpolitisierten Masse dienen. Die Abwesenheit des Schlagers in der Musikforschung resultierte sicher auch aus den moralischen Vorbehalten gegen den angeblich schmuddeligen Gegenstand, und es ist kein Zufall, dass die Kämpfe der 1920er- und der 1950er-Jahre gegen Schmutz und Schund ausgerechnet mit erfolgreichen Phasen des Genres zeitlich zusammenfielen.[32]

Aus der Perspektive einer empirischen Kulturwissenschaft, die Alltagsakteur:innen und ihre alltäglichen Lebensvollzüge im Zentrum ihrer Forschung sieht, stellt sich angesichts der Ablehnung und weitgehenden Abwesenheit des Schlagers in der Pop- und Populärkulturforschung ein Unbehagen ein, denn erstens dient «Schlager» im Schlagerdiskurs nicht nur als Gattungsbezeichnung, sondern offensichtlich als Begriff in Popfeuilleton und -kulturforschung, um bestimmte Teile der Populärkultur abzuwerten,[33] wobei zu fragen wäre, wer eigentlich mit welchen Mo-

bliografisches Dossier (Medienwissenschaft: Berichte und Papiere 134). Hamburg 2012, https://doi.org/10.25969/mediarep/12766.

28 Zum Diskursbegriff einführend mit weiteren Nachweisen Müske, Johannes: Diskurs. In: Timo Heimerdinger, Markus Tauschek (Hg.): Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster etc. 2020, S. 100–129.

29 Maase, Kaspar: «Volk und Kunst» versus «Moderne Gesellschaft und Unterhaltung». Zu zwei kulturwissenschaftlichen Deutungsmustern gegenüber populärer Musik – ein Versuch. In: Johannes Müske, Michael Fischer (Hg.): Schlager erforschen. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf ein populäres Phänomen. Münster, New York 2022, S. 21–32.

30 Ebd., S. 25.

31 Ebd., S. 25 f. (Hervorhebung im Original).

32 Mit entsprechenden Jugendschutzgesetzen 1926 und 1953, vgl. Maase (Anm. 29), insbesondere S. 97–109.

33 Der Begriff «Schlager» findet sich zum Beispiel auch im «Neoschlager», womit ebenfalls aktuelle deutschsprachige Popmusik kritisiert wird, vgl. Baßler (Anm. 6).

tiven *boundary-work* betreibt.[34] Zweitens bilden die «Unterwelten der Kultur»[35] und mit ihnen nicht nur populäre Genres, sondern auch die kulturellen Milieus, in denen sie populär sind, ein zentrales kulturanthropologisches Forschungsinteresse – eine von den Cultural Studies informierte Kulturanalyse sollte auch das Thema Schlager und die Gründe seiner Delegitimierung untersuchen. Drittens wird die Geringschätzung dem Phänomen auch rein quantitativ nicht gerecht, denn abseits der Feuilletondebatten ist der Schlager höchst beliebt und erfolgreich und findet ein breites Publikum. Dieses wird, wie noch genauer dargestellt wird, vornehmlich von sozialen Milieus gebildet, welche die empirisch-kulturwissenschaftliche Forschung, ihrem Anspruch zum Trotz, weitgehend vernachlässigt. Nimmt man Bernd Jürgen Warnekens Weckruf an das Fach ernst, Alltagswelten auch nichtmigrantischer unterbürgerlicher Schichten in der Forschung stärker zu berücksichtigen,[36] so liegt der Schlager als Untersuchungsthema förmlich auf der Hand.

Annäherungen an das Schlagerfeld: Ethnografischer Perspektivwechsel

«Ich schreibe keine Schlager. Ich schreibe ‹Nummern›. Ob Schlager daraus werden, entscheidet einzig und allein das Publikum», soll der Film- und Schlagerkomponist Michael Jary gesagt haben.[37] «Nummern» gefallen oder sie fallen durch – vieles ist zu bedenken: Welche:r Interpret:in singt das Stück, wie wird es arrangiert, beworben ...? Jarys Bonmot richtet den Blick aus der Praxis des erfolgreichen Schlagermachers auf das komplexe Zusammenwirken unterschiedlicher Akteure, darunter das Publikum, aber auch weitere Akteur:innen; mit Pierre Bourdieu gesprochen, auf das künstlerische respektive kulturelle Feld.

Zunächst: Wer genau verbirgt sich hinter den Menschen, die Schlager mögen – immerhin knapp die Hälfte der Musikhörer:innen? Es lassen sich einige statistische Daten finden, die belegen, dass der Schlager rein quantitativ ein relevantes Musikgenre ist: Knapp die Hälfte der (deutschen) Musikhörer:innen (47,4 Prozent) mag Schlager, der damit nach Rock/Pop und Evergreens auf dem dritten Platz

34 Zum Begriff *boundary-work* vgl. Thomas F. Gieryn: Boundary-work and the demarcation of science from non-science: Strains and interests in professional ideologies of scientists. In: American Sociological Review 48/6 (1983), S. 781–795, bezeichnet Ausschliessungsprozesse und soll auf die – weiter zu entwickelnde – Hypothese anspielen, dass der Schlager als «Flachware» aus dem Popdiskurs ausgeschlossen werden musste, damit ein tiefgründiger Gegenstand entstehen konnte, der mit seinem schillernden Spiel der Zeichen neben der klassischen Hochkultur als ebenbürtig und legitim wahrgenommen werden konnte.

35 Maase, Kaspar; Warneken, Bernd Jürgen (Hg.): Unterwelten der Kultur. Themen und Theorien der volkskundlichen Kulturwissenschaft. Wien etc. 2003.

36 Warneken, Bernd Jürgen: Rechts liegen lassen? Über das europäisch-ethnologische Desinteresse an der Lebenssituation nichtmigrantischer Unter- und Mittelschichten. In: Timo Heimerdinger, Marion Näser-Lather (Hg.): Wie kann man nur dazu forschen? Themenpolitik in der Europäischen Ethnologie. Wien 2019, S. 117–130.

37 Worbs, Hans Christoph: Der Schlager. Bestandsaufnahme, Analyse, Dokumentation. Ein Leitfaden. Bremen 1963.

der beliebtesten Musikrichtungen rangiert.[38] Ein Blick in die Hitparaden bestätigt, dass Alben deutschsprachiger Musiker:innen stark nachgefragt sind.[39] In der Schweiz ist die Situation aufgrund der Landessprachen differenzierter. So finden sich Künstler:innen, die in Mundart und Dialekt singen, sowie deutsch- und italienischsprachige Sänger:innen in hohen Chartpositionen.[40] Der Anteil des Schlagers an der verkauften Musik beträgt in Deutschland geschätzte zehn Prozent,[41] in Österreich gar 17 Prozent.[42]

Über die Frage, warum diese Menschen gern Schlager hören, sowie über ihre Milieus, Motive und Vorlieben ist indessen wenig bekannt, denn eine systematische «‹Musikgeschmacksforschung›»[43] gibt es derzeit nicht. Auch die Rezeptionsforschung und empirische Methoden bilden in der Musikwissenschaft bisher weitgehend Desiderate.[44] Am ehesten untersuchen Studien zur Hörer:innenforschung

38 Deutscher Musikrat: Bevorzugte Musikrichtungen 2021 (Bevölkerung ab 14 Jahren). Bonn 2021, https://miz.org/de/media/76885/download?attachment, 1. 7. 2022.

39 In den 2020-Top-Ten (Deutschland) sind die Alben von Kerstin Ott und Thomas Anders & Florian Silbereisen sicher dem Schlager zuzurechnen; für 2019 (hier Top 25 Album-Charts, Deutschland) können sechs Alben, von Andrea Berg, Roland Kaiser, Kerstin Ott, den Amigos, Peter Maffay und Giovanni Zarrella, zum Schlager gerechnet werden, doch wie wären Sarah Connor, Mark Forster, Herbert Grönemeyer und Udo Lindenberg einzuordnen, die ebenfalls vier der erfolgreichsten Longplayer herausgebracht haben? Welche Alben werden mitgezählt? Im Feld sind die Genregrenzen offen: Schlagermedien wie *Schlagerplanet* oder *Mein Herz schlägt Schlager* berichten auf ihren Kanälen über alle genannten Stars, die auch auf Sendern wie SWR4 laufen.

40 In der Schweiz findet sich zum Beispiel Helene Fischer (Platz 5 und 10) unter den erfolgreichsten Alben in der Schweiz seit 1983, zudem sind Alben von Trauffer, Mani Matter und Gölä in dieser Liste der Top-20-Alben der letzten knapp vier Jahrzehnte enthalten, vgl. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/304602/umfrage/ranking-der-erfolgreichsten-alben-in-der-schweizer-hitparade, 1. 5. 2022. Ähnlich sieht die Liste der erfolgreichsten Interpret:innen aus, hier rangiert Eros Ramazzotti auf Platz 8 in der Schweizer Hitparade, gemessen seit 1968, vgl. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/304607/umfrage/ranking-der-erfolgreichsten-interpreten-in-der-schweizer-hitparade, 1. 5. 2022.

41 Lücke, Martin: Schlager und Musikwirtschaftsforschung. In: Johannes Müske, Michael Fischer (Hg.): Schlager erforschen. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf ein populäres Phänomen. Münster, New York 2022 (im Druck), S. 125–138.

42 Der Anteil von Schlager und Volksmusik am Musikmarkt beträgt laut Bundesverband Musikindustrie nur knapp vier Prozent, vgl. Bundesverband Musikindustrie [BVMI]: Musikindustrie in Zahlen 2021. Berlin 2022, S. 44, www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2021/MiZ_2021_E_Paper_geschuetzt.pdf, 1. 7. 2022. Doch erfassen diese Zahlen den tatsächlichen Anteil nicht vollständig. Aufgrund der fliessenden Genregrenzen werden viele Schlager-Acts zum Pop gezählt, sodass die Statistik nur eine grobe Aussagekraft hat, vgl. Lücke (Anm. 41). Der Anteil des Schlagers auf dem österreichischen Musikmarkt liegt bei 17 Prozent, vgl. Verband der Österreichischen Musikwirtschaft [IFPI]: Österreichischer Musikmarkt 2021. Wien 2022, S. 20, https://ifpi.at/website2018/wp-content/uploads/2022/04/ifpi-musikmarkt-2021.pdf, 1. 7. 2022. Für den schweizerischen Musikmarkt sind keine genauen Zahlen nach musikalischen Genres im Netz veröffentlicht. Doch ist zu vermuten, dass sich die Lage nicht grundsätzlich von Deutschland und Österreich unterscheidet, zumal sich in der Schweiz (wie in den beiden anderen Ländern auch) deutsch singende Künstler:innen in den höchsten Chartpositionen finden, vgl. Anm. 40.

43 Ege, Moritz; Elster, Christian: «You got good taste». Geschmack in der kulturwissenschaftlichen Forschung über Popmusik – Positionen und offene Fragen. In: Kaspar Maase et al. (Hg.): Macher – Medien – Publika. Beiträge der Europäischen Ethnologie zu Geschmack und Vergnügen. Würzburg 2014, S. 18–35, hier S. 35 (Anführung im Original).

44 Lehmann, Andreas C.; Kopietz, Reinhard: Entwurf eines Forschungsparadigmas für die empirische Erforschung Populärer Musik: Multiple optimierte Passung in den Produktionsketten der Popmusik. In:

im Umfeld des öffentlichen Rundfunks Hörgewohnheiten im Wandel.[45] In der sozialwissenschaftlichen Forschung bilden die «feinen Unterschiede» ein grundlegendes Interesse; untersucht werden etwa die Zusammenhänge von Geschmack und sozialer Position – Kunst und Musik bildeten für diese Forschungen wichtige Indikatoren.[46] Schlager wird, im Gegensatz zu anderen Genres, recht demokratisch rezipiert: Er wird nicht nur von allen Altersgruppen gehört (wenn auch überwiegend von älteren Hörer:innen), auch Frauen und Männer sind zahlenmässig gleichmässiger verteilt als in anderen populären Genres wie Jazz oder Klassik.[47]

Im Hinblick auf die sozioökonomische Situation finden sich hingegen klare Grenzziehungen. So porträtiert etwa Gerhard Schulze auf der Basis empirischer Untersuchungen modellhaft fünf Milieus, die sich unter anderem durch unterschiedliche Alltagserfahrungen und Erlebnisorientierungen unterscheiden.[48] Während das Niveaumilieu etwa in eher gehobenen Berufen arbeitet und eher hochkulturelle Erlebnisse sucht, findet das «Harmoniemilieu», das sozioökonomisch eher dem Kleinbürgertum zuzuordnen ist, Unterhaltung bei Schlagern oder Heimat- und Naturfilmen. Das «Harmoniemilieu» unterscheidet sich darin vom «Selbstverwirklichungsmilieu», das musikalisch eher Rock, Pop oder Folk sowie hochkulturelle Angebote schätzt, während es im «Unterhaltungsmilieu» ebenfalls eine deutliche Präferenz für den Schlager gibt (das «Integrationsmilieu» ist in Bezug auf den Schlager indifferent). Zwar liessen sich die Milieus auch anders einteilen – die Sinusmilieuforschung etwa segmentiert zehn Milieus[49] – und sie entwickeln sich stetig weiter, doch geben diese Modelle grobe Anhaltspunkte zu gesellschaftlichen Milieus und ihren ästhetischen Vorlieben. Sie bestätigen, dass Schlager von breiten Bevölkerungsgruppen bis in die Mittelschicht gehört wird.[50]

Die Musikindustrie meldet ebenfalls, dass die digitale Transformation, neue Formate, Mediennutzungen und jüngere Zielgruppen «den Schlager und verwandte Genres um[krempeln]» und der Schlagermarkt insgesamt einen positiven

Musikpsychologie 23 (2013), S. 25–44; Rösing, Helmut: Aspekte der Rezeption von populärer Musik. In: Beiträge zur Popularmusikforschung (ASPM) 14 (2008), S. 63–79.

45 Zum Beispiel Schröter, Christian; Laufersweiler, Thomas: ARD Audiothek – Auf dem Weg zu einer neuen Art des Hörens. In: Media Perspektiven 6/2019, S. 286–302, www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0619_Laufersweiler_Schroeter_2019-07-24.pdf, 1. 7. 2022.

46 Grundlegend Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft [1979]. Frankfurt am Main 1987, vgl. insbesondere den Anhang sowie die entsprechenden Passagen im Buch zum Stichwort «Musik».

47 Deutscher Musikrat: Soziodemografie der Musikkäufer:innen nach Repertoiresegmenten 2014, 2017 und 2020. In: Deutsches Musikinformationszentrum 07/2021. Bonn 2021, https://miz.org/de/media/145024/download?attachment sowie Deutscher Musikrat: Bevorzugte Musikrichtungen nach Altersguppen. In: Deutsches Musikinformationszentrum 10/2021. Bonn 2021, https://miz.org/de/media/76885/download?attachment, 1. 7. 2022.

48 Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main, New York 1992, insbesondere S. 277–333.

49 Sinus-Institut: Was sind Sinus-Milieus? Heidelberg, o. D., www.sinus-institut.de/sinus-milieus, 1. 7. 2022.

50 Beispielsweise finden sich in den Unter- und Mittelschichten traditionelle und moderne Mainstream-Milieus, die etwa den genannten Harmonie- und Unterhaltungsmilieus bei Schulze entsprechen, vgl. Schulze (Anm. 48), S. 389–393. Zusammen machen sie etwa 50 Prozent der Bevölkerung aus, vgl. Sinus-Institut (Anm. 49).

Trend erlebt.[51] Beispielsweise wirken Schlagerportale wie «Mein Herz schlägt Schlager» und «Ich find Schlager toll» wie Fan- oder Nachrichtenkanäle im Web, auf Instagram oder Youtube; es handelt sich jedoch um professionelle Angebote von Medienhäusern wie Sony und Universal. Es ist davon auszugehen, dass die Labels eine genaue Analyse der Hörgewohnheiten und Trends vornehmen, da die Medien parallel mit ihrem zunehmenden Onlineengagement auch die Publikumsmessung weiterentwickeln.[52] Auch wäre aktualisierende Sozialforschung notwendig, um die schlagerhörenden Milieus sozioökonomisch und soziokulturell noch genauer zu bestimmen, gerade vor dem Hintergrund eines sich ausdifferenzierenden Schlagerangebots (Pop-, Partymusik, volkstümlicher Schlager, Deutschrock und -pop, Chansons und so weiter) und der Zunahme von Bevölkerungsgruppen mit Migrationsgeschichte. Indes kann von einer unbedeutenden Restgruppe von Abgehängten, wie das Schlagerpublikum im Feuilleton und in Teilen der Popmusikforschung imaginiert wird, keine Rede sein, weder im Hinblick auf das Alter noch das Geschlecht, noch den sozioökonomischen Status der Schlagerhörenden.

Neben dem Publikum gibt es viele weitere Akteur:innen im Schlagerfeld. Zum Verständnis dieser Komplexität kann eine ethnografische Perspektive beitragen, womit ein grundlegender Perspektivwechsel vollzogen wird, wie ihn in der jüngeren musikethnologischen Forschung etwa Julio Mendívil, aufbauend auf Bourdieus Schriften zur Soziologie des kulturellen Felds, vorschlägt.[53] In seiner Studie zur Beheimatungsdimension des Schlagers wird dieser nicht mehr von aussen definiert, das heisst von einem als neutral imaginierten wissenschaftlichen Standort aus. Vielmehr konstituiert sich der Schlager in einem gesellschaftlichen Diskurs. An dem Aushandlungsprozess partizipieren Künstler:innen, Musikwirtschaft, Wissenschaft und weitere gesellschaftliche Akteur:innen. Die «Unterscheidung zwischen vermeintlich ‹wahren› (Wissenschaft) und ‹falschen› (Ideologie) Aussagen über die Welt» ist damit infrage gestellt.[54] Denn im Diskurs über den Schlager sind «alle möglichen Aussagen über die soziale, politische oder moralische Welt nicht wahr oder falsch, sondern durch die Perspektive des Sprechers innerhalb einer bestimmten Konstellation von Akteuren bedingt».[55] Im kulturellen respektive künstlerischen Feld wird verhandelt, was die Bedeutung des Werks und die Beziehung von Künstler:in und Öffentlichkeit ausmacht, wobei die kritische Besprechung eine wichtige Stellung einnimmt, da «dieser kritische Diskurs [...] das künstlerische Projekt [konstituiert] [...]. [I]m Rahmen [...] dieses ganzen Systems gesellschaftlicher Beziehungen [...] zu anderen Künstlern, Kritikern, Vermittlern zwischen Künstler und Publikum wie Verleger und Kunsthändler oder beispielsweise Journalisten [...] bildet sich die öffentliche Bedeutung von Künstler und Werk

51 Musikwoche (Anm. 4).

52 Vgl. ebd. sowie Muhle, Florian; Wehner, Josef: «Online-Audiences» – Zur Publikumsvermessung im Internet. In: kommunikation@gesellschaft 18/2 (2017), Special Issue: Algorithmen, Kommunikation und Gesellschaft, hg. von Jan-Hinrik Schmidt et al., https://doi.org/10.15460/kommges.2017.18.2.585.

53 Mendívil, Julio: Ein musikalisches Stück Heimat. Ethnologische Beobachtungen zum deutschen Schlager. Bielefeld 2008.

54 Ebd., S. 30.

55 Ebd.

[...]. Will man der Entstehung dieser öffentlichen Bedeutung einmal nachgehen, so hat man konkret nachzufragen, wer hier beurteilt und auswählt beziehungsweise wie diese Auslese sich vollzieht, die aus dem zunächst ungeschiedenen und unbegrenzten Chaos der produzierten und publizierten Werke diejenigen kürt, die es wert sind, geschätzt und bewundert, erhalten und prämiert zu werden.»[56]

Diese Prozesse der Auslese werden auch in den öffentlichen Diskursen um den Schlager sichtbar, etwa in den Feuilletons, in Onlineforen oder in den sozialen Medien. Die Analyse solcher Verhandlungen ist in der Forschung mit Hilfe von ethnografischen Methoden operationalisierbar, die die *agency* respektive die «Handlungsmacht der Vielen» ins Zentrum rücken.[57] Dies ist beispielsweise gut nachzuvollziehen in diskursmächtigen Medien wie dem *Rolling Stone*, wo Musikexpert:innen intensiv über den Schlager und dessen Grenzen verhandeln.[58]

Was zur Quelle wird, die Einblicke ins Feld bietet, ist je nach Forschungsfrage zu entscheiden. Mögliche Quellen der Popmusikforschung sind etwa Audioquellen und (audio)visuelle Medientexte, unterschiedlichste Textquellen (Liedtexte, Firmenschriften, publizierte oder selbst geführte Interviews, Hörerzuschriften usw.), Objekte wie Instrumente bis hin zu elektronischen Quellen.[59] Eine an den Akteur:innen orientierte empirische Kulturwissenschaft wird populäre Medientexte, beispielsweise in Feuilletons und in der Musikpresse, auswerten, um einen ersten Überblick über das Feld und die verhandelten Gegenstände zu gewinnen. Nach dieser Logik bestimmt nicht der/die Forscher:in die Grenzen des Feldes, sondern die Orte, an denen Schlager passiert und die Akteur:innen, die von Schlager sprechen, sind Teil des Feldes.

Gutes fühlen: Schlager und Emotionsmanagement

Eine ethnografische und von den Cultural Studies informierte Öffnung der Forschungsperspektive ermöglicht es, Verhandlungen im Feld genauer zu untersuchen, die den Schlager nicht (kompensations)funktionalistisch betrachten, sondern «ästhetisches Erleben» auf die «Landkarten der Kulturwissenschaften» bringen,

56 Bourdieu, Pierre: Kunst und Kultur. Kunst und künstlerisches Feld. Schriften zur Kultursoziologie, hg. von Franz Schultheis und Stephan Egger. Konstanz 2011, S. 24.

57 Fenske, Michaela: Agency. In: Timo Heimerdinger, Markus Tauschek (Hg.): Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster, New York 2020, S. 56–76, hier S. 62. Vgl. zur Subjektzentrierung in der Kulturanthropologie auch Seifert, Manfred: Personen im Fokus. Zur Subjektzentrierung in der Europäischen Ethnologie. In: Zeitschrift für Volkskunde 111/1 (2015), S. 5–30.

58 Gleich zwei Onlineforen beschäftigen sich hier mit dem Schlager: Unter dem Threat «Die besten Schlager», erstellt 2006, finden sich derzeit 575 Kommentare mit zahlreichen Listen und Definitionsversuchen, Rolling Stone: Die besten Schlager (Onlineforum), https://forum.rollingstone.de/foren/topic/die-besten-schlager/ 2006 ff., 1. 7. 2022. Um Grenzziehungen geht es im «musikalischen Philosophicum», Rolling Stone (2010 ff.): Das musikalische Philosophikum: Nimm mich so, wie ich bin? – Die Definition von Schlager (und Pop) (Onlineforum), https://forum.rollingstone.de/foren/topic/nimm-mich-so-wie-ich-bin-die-definition-von-schlager-und-pop/page/5/ 2010 ff., 1. 7. 2022.

59 Obert, Simon: Bausteine und Prüfsteine. Quellen der Popmusikforschung. In: Martin Pfleiderer, Nils Grosch, Ralf von Appen (Hg.): Populäre Musik. Geschichte – Kontexte – Forschungsperspektiven. Laaber 2014, S. 210–218.

nämlich «als Antwort auf die Frage, was populäre Unterhaltung so unvergleichlich attraktiv und unverzichtbar macht».[60] Diese Fragerichtung geht einher mit neueren kulturanthropologischen Forschungsansätzen zum *emotion management*, etwa in der Emotionsarbeit oder beim Erleben populärer Vergnügungen.[61] Dieser ethnografische Fokus auf die Populärkultur rückt Formen der Populärkultur, die vom hegemonialen Popdiskurs ausgeschlossen sind, und Alltagsakteur:innen sowie Fragen der Rezeption, das heisst des praktischen Erlebens von Kultur, in den Mittelpunkt der Untersuchung.

Da Schlager heute vor allem digital vermarktet werden und das Genre daher online «stattfindet», können viele Quellen im Netz gefunden werden, anhand deren Aushandlungsdynamiken und Rezeptionsweisen untersucht werden können.[62]

Onlineforen oder Youtube-Kommentare beispielsweise können einen guten Zugang zu ästhetischen Bewertungen oder Motiven für die Mediennutzung bieten.[63] Basierend auf Schlagervideos, die auf verschiedenen Schlagerkanälen von Künstler:innen und Schlagermedien veröffentlicht werden, sollen erste Einblicke in die Rezeption von Schlagern abseits funktionalistischer Kompensationsthesen gewonnen werden. Das Beispiel für die folgenden Überlegungen zum Schlager – welche vorläufiger Natur sind, da bisher zwar zahlreiche informelle Gespräche, Presse- und Onlinequellen zum Schlager geführt und ausgewertet wurden, vertiefende Feldforschungen an Konzerten oder in Schlagerszenen sowie ausführliche Interviews jedoch noch ausstehen – bilden aktuelle Musikvideos und die in ihnen verhandelten Themen, die wiederum in den Kommentaren aufgegriffen werden.

Die Auswahl der Schlagersongs erfolgt in der Logik des Feldes: Lieder und Künstler:innen, die in den letzten Jahren musikalisch präsent waren, bilden die Fallbeispiele. Ausgewertet wurden Hitparaden des Bundesverbands der Musikindustrie (BVMI) und verschiedene Schlagermedien und Gesellschafts- beziehungsweise Politikmagazine zwischen 2019 und 2022.[64] Thema Nummer eins im Schlager ist die Liebe – wobei es jedoch in diesem Beitrag nicht um den viel gescholtenen Herz-Schmerz geht (was wäre daran eigentlich auszusetzen?), sondern um utopische Momente, die in jüngerer Zeit sich auch im Schlager wiederfinden.

60 Maase (Anm. 29), S. 27.

61 Russell Hochschild, Arlie: Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. In: American Journal of Sociology 85/3 (1979), S. 551–575, www.jstor.org/stable/2778583; Bareither, Christoph: Vergnügen als Doing Emotion – Beispiel Youtube. In: Kaspar Maase et al. (Hg.): Macher – Medien – Publika. Beiträge der Europäischen Ethnologie zu Geschmack und Vergnügen. Würzburg 2014, S. 36–49.

62 Kropf, Jonathan: Der Wert der Musik: Aushandlungsdynamiken in der digitalisierten Musikwirtschaft. In: kommunikation@gesellschaft, 18/1 (2017), https://doi.org/10.15460/kommges.2017.18.1.590.

63 Bareither (Anm. 61); Näser, Torsten: Authentizität 2.0: kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach «Echtheit» im Videoportal Youtube. In: kommunikation@gesellschaft 9 (2008), S. 1–17, www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/12710/B2_2008_Naeser.pdf, 1. 7. 2022.

64 BVMI (Anm. 42); Datengrundlage bilden zudem Presserecherchen in den gängigen meinungsführenden Zeitschriften wie *Der Spiegel*, *Die Zeit* sowie die Beiträge von Portalen, Kanälen und einzelnen Musiker:innen, denen der Autor im Netz «folgt», etwa auf Youtube und Instagram (zum Beispiel *Schlagerplanet*, *Schlagerprofis*, «Mein Herz schlägt Schlager» usw.).

Popkulturell ist das Thema Manifestationen sozialer Utopien[65] höchst interessant und evoziert verschiedene Bilder und Klänge, vielleicht John Lennons Friedenshymne *Imagine* (1971) oder Zeichengewitter wie das *Apeshit*-Video der Carters (2018).[66] (Es gilt: Im hegemonialen popkulturellen Diskurs – besonders gut sichtbar an Listen, die von einflussreichen Akteur:innen im Musikbusiness zusammengestellt werden – ist der Schlager abwesend.)[67] Doch auch Schlager befassen sich mit einer besseren Welt, wobei diese bessere Welt ihre Utopien im Kleinen findet: Immer wieder gibt es märchenhafte Anklänge an eine gerechtere oder zumindest schönere Welt, in der die Menschen sein dürfen und geliebt werden, wie sie sind, und die sich in Musikvideos und ihrer Synthese aus Bildern, Klängen und Sprache zeigt. Im Folgenden werden einige Sujets und ihre Inszenierung in erfolgreichen aktuellen Popschlagern vorgestellt und es wird gefragt, welche Utopien und Imaginationen bildsprachlich verhandelt werden. Darauf aufbauend soll kontextualisierend gezeigt werden, wie diese Beispiele an bestehende Diskurse und Erzähltraditionen anknüpfen und ästhetisch in den Alltag «eingearbeitet» werden.

Ausbrüche aus dem Alltag

Das Album *Mai Tai* (2020) von Vanessa Mai bearbeitet klassische Schlagerthemen, Fernweh und den Ausbruch aus dem Alltag. Von Latino-/Tropical-House-Klängen untermalt, zeigt sich im Video zu *Venedig (Love Is In The Air)*[68] die *musical persona*[69] der Sängerin im Italienurlaub («In einer kleinen Stadt im Süden ...»). Gefilmt wird aus einer verwackelten Handkameraperspektive, die auf einen Partner schliessen lässt (mit dem im Lied «alles perfekt» ist). Die Bilder (Gassen, Gondeln, Candlelight-Dinner) und Verse sind eingängig und sehr leicht dekodierbar, indem sie an klassische Sujets wie die Italiensehnsucht und die romantische Begegnung anknüpfen. In der Wochenzeitung *Die Zeit* wurde das Album verrissen.[70] In den

65 Das Thema Utopien in der populären Musik geht zurück auf die Tagung «Manifestationen sozialer Utopie? Musikvideos und Transkulturalität», Konzeption: Kathrin Dreckmann, Christofer Jost, Düsseldorf, 30. 9.–1. 10. 2021.

66 John Lennon: Imagine (Live at Madison Square Garden), [1971] 1972, www.youtube.com/watch?v=46_1OXewWuO, 1. 7. 2022; The Carters (2018): Apeshit, www.youtube.com/watch?v=kbMqWXnpXcA, 1. 7. 2022.

67 Darunter Musikmanager:innen und Journalist:innen; allerdings erscheint «uns» meist westlich sozialisierten, an globaler Popmusik interessierten Hörer:innen dieser Diskurs gar nicht als hegemonial, sondern eher als normal. Wie liesse sich sonst erklären, dass sich noch 2003 unter den besten 500 Alben aller Zeiten, laut *Rolling Stone*, vier Beatles- und zwei Bob-Dylan-Alben finden? Allerdings hat sich seitdem einiges getan, in der 2020er-Liste findet sich sogar Musik von Frauen (*irony off*). Sich dieser Brille reflexiv bewusst zu werden (zumindest dieser einen Brille von vermutlich zahlreichen weiteren, die aus einer bestimmten Sozialisation auch von Musikforschenden resultieren), ist eine wichtige Leistung der ethnologischen Wissenschaften seit Writing Culture und der Rezeption postkolonialer Theorieeinflüsse.

68 Vanessa Mai: Venedig (Love Is In The Air), 2020, www.youtube.com/watch?v=XSBSZ2Xc1iQ, 1. 7. 2022.

69 Das Konzept sieht den/die Künstler:in nicht deckungsgleich mit der Privatperson, sondern als für ein Publikum performende Persönlichkeit mit einer inszenierten Identität, vgl. Auslander, Philip: Musical Personae. In: The Drama Review 50/1 (2006), S. 100–119, www.jstor.org./stable/4492661.

70 Mai, Vanessa: «Texte schreiben war noch nie mein Ding», Interview: Jens Balzer. In: Die Zeit, 21. 3. 2021,

Youtube-Kommentaren hingegen finden sich andere Ansichten: Die meisten Kommentare loben die Künstlerin einfach für ihre Stimme, die Ohrwurmqualitäten des Songs und schreiben, dass sie sie sympathisch finden. Es sind keine sexistischen oder negativen Kommentare enthalten, was auf eine sorgfältige Moderation von Vanessa Mais Kanal schliessen lässt. Einige Kommentator:innen schreiben auch über Empfindungen: D. K.[71] habe bei diesem Song seine «Traumfrau bekommen und wir haben uns zum ersten Mal geküsst ich liebe dich» – dieser Kommentar ist mit Abstand der beliebteste. Hörer:in K. K. fängt mit diesem Lied «das Wochenende gerne an» – hier zeigt sich eine Emotionspraktik, das Einstimmen aufs Weekend mit der richtigen Musik. Überraschend viele Kommentare sind auf Spanisch und in osteuropäischen Sprachen verfasst, was auf eine multikulturelle Fangemeide schliessen lässt, die sich Vanessa Mai durch ihre Zusammenarbeit mit internationalen Künstler:innen erschlossen hat.

Venedig (Love ...) ist ein Beispiel für den thematisch aktualisierten und ästhetisch transformierten Popschlager, der mit aktuellen Sound- und Stileinflüssen spielt. Das eskapistische Moment wird hier in den House-Klängen und englischen Textzeilen wie «love is in the air» deutlich betont, die an Strand und Urlaub erinnern. Das Popsujet Ausbruch aus dem Alltag findet sich so oder ähnlich in vielen Schlagern, einer der bekanntesten ist sicher Udo Jürgens' *Ich war noch niemals in New York* (1982),[72] in dem der Ich-Erzähler zur melancholischen Mundharmonika darüber nachdenkt, Zigaretten holen zu gehen und das nächste Flugzeug nach Übersee zu nehmen, doch «[e]infach abhauen, den ganzen Mist hinter sich lassen ... wenn es doch nur so einfach wäre», kommentiert K. S. Auch *Atemlos* (2013) von Helene Fischer träumt von Wildheit, hier steigt die Protagonistin in einen offenen Wagen, fährt durch einen Tunnel, der als liminaler Raum auf die andere Seite führt – den Klub. Eine warme Atmosphäre von Lachen, Nähe und Ausgelassenheit umgibt die dort tanzenden Personen.

Ein anderes wiederkehrendes beliebtes Ausbruchssujet ist das Spiel mit dem Feuer, der Ausbruch aus einer Beziehung oder die Entstehung einer neuen Liebesbeziehung. Blicken wir zum Beispiel auf die Eskapade in *Warum hast du nicht nein gesagt* von Roland Kaiser und Maite Kelly (2014)[73] – hier geht es um den Tag nach einer Liebesnacht. Beide Liebhaber sind offensichtlich fremdgegangen und bereuen dies ein bisschen. Im Musikvideo steigt das Paar durch Zufall ins gleiche Taxi, es gibt eine Verführungs-/Kussszene. Auch hier ist die Welt aufgeladen mit Spannung und «Knistern» und behandelt ein Ausbrechen aus den alltäglichen Beziehungsbahnen, ein leicht luxuriöses Ambiente (gute Kleidung, Taxi statt Tram) weckt Assoziationen des guten Lebens. Doch die Reue im Liedtext deutet an, dass

www.zeit.de/kultur/musik/2021-03/vanessa-mai-saengerin-schlager-mai-tai-album/komplettansicht, 1. 7. 2022.

71 Es werden von allen Namen nur die Initialen angegeben, auch dann, wenn es sich offensichtlich um Pseudonyme handelt.

72 Udo Jürgens: Ich war noch niemals in New York, www.youtube.com/watch?v=SCkGVBV6OPU, 1. 7. 2022.

73 Roland Kaiser, Maite Kelly: Warum hast du nicht nein gesagt, www.youtube.com/watch?v=BNHamTwxJ6Q, 1. 7. 2022.

die Regelverletzung ein Traum oder zumindest die Ausnahme bleibt, jedenfalls verlässt die Frau das Taxi allein. Überhaupt scheinen schicke Autos und Chauffeure in vielen Schlagern eine wichtige Rolle zu spielen: Sie sind Chiffren für Luxus und ein schönes, leichtes Leben und gleichzeitig Orte des Übergangs, an denen alles möglich scheint.[74]

Die Schlagerhörenden träumen sich allerdings nicht in eine Welt voll amouröser Affären, wie man meinen könnte, wenn man den Schlager rein kompensatorisch begreift. Vielmehr kommentieren sie, wie sehr ihnen das Duett gefällt, und würdigen wie N. V. die Leistung der «zwei exzellente[n] Sänger». «Ein Traum. Ich höre es jeden Abend. Herzlichen Dank für dieses Meisterwerk.», schreibt H. M., und bei B. N. weckt der Song «das Tanzfieber in mir». Auch hier finden sich erstaunlich viele fremdsprachige Kommentare und sogar eine spanische Übersetzung des kompletten Texts. Insgesamt bleibt die Welt in den Liedern des Ausbruchs in geordneten Bahnen – auch in Roland Kaisers *Kurios* (2020) handelt der Text von einem Liebesabenteuer, im Video jedoch bereiten sich die Ehepartner nicht aufs Fremdflirten, sondern auf ein Blinddate mit sich selbst vor.

Imaginationen besserer Welten

Ein Beispiel aus dem Bereich der Identitätspolitik ist der Song *Regenbogenfarben* von Kerstin Ott (2018).[75] Text und Video transportieren ihre Botschaft für eine bessere Welt zu den Zuschauer:innen. Der Song erschien ein Jahr nach der Verabschiedung des Gesetzes für die «Ehe für alle» in Deutschland. Das Lied greift, wie der Titel mit dem Regenbogensymbol signalisiert, das Thema der Liebe zwischen Mann und Frau, Frau und Frau, Mann und Mann und von Gleichberechtigung auf: «Er schmiert die Brötchen», während sie arbeiten geht; zwei Väter ziehen ein Kind gross und so weiter, «alles ganz normal». Die Welt soll bunt sein dürfen wie ein Regenbogen. Im Song sieht man einen Regenbogen, Regenbogenfahnen und einen gezeichneten Wal, das Symbol für einen friedlichen Riesen, dessen Blas in Regenbogenfarben erstrahlt. In Aufmachung und Sound ist das Lied äusserst konservativ – die Akkordgitarre klingt bodenständig, ein warmer Lichtfilter liegt über Alltagsszenen wie dem Hausaufgabenmachen, die Künstlerin trägt eine einfache Blousonjacke, die an einen Blaumann erinnert – und betont die Normalität, die der Text behauptet. Die Kommentare auf dem Schlagerportal «Ich find Schlager toll» spiegeln diese positive Bodenständigkeit des Songs. Sie betonen, wie sehr sie die Künstlerin «als Mensch mit Gestalt und Kontur» schätzen, weil sie auftritt «für das, was ihr wichtig ist ... Was schöneres gibt es nicht!!!», wie M. H. schreibt. Viele Kommentare behandeln LGBTQI+-relevante Themen und Gleichberechtigung

74 Siehe dazu auch Andrea Berg: Diese Nacht ist jede Sünde wert, 2016, www.youtube.com/watch?v=wzDBEZvLVnc, 1. 7. 2022, oder Thomas Anders & Florian Silbereisen: Sie sagte doch sie liebt mich, 2018, www.youtube.com/watch?v=8-Mv16dbHFo, 1. 7. 2022, aber auch Helene Fischer: Atemlos, 2013, www.youtube.com/watch?v=haECT-SerHk; 1. 7. 2022.

75 Kerstin Ott: Regenbogenfarben, www.youtube.com/watch?v=jaeeiWuXUoo, 1. 7. 2022.

und wie wichtig es ist, dass dieses Thema jetzt auch im Schlager angekommen sei. Auch mehrere sehr berührende Feedbacks über verstorbene Angehörige finden sich, H. G. schreibt beispielsweise, dass sich seine Partnerin das Lied «gewünscht [hatte], als sie mit 46 Jahren verstarb ... es wurde bei der Beerdigung im Friedwald gespielt! Danke für Dein Lied ‹Regenbogen›». Das Regenbogensymbol wird hier zur Brücke ins Jenseits – eine Aneignung jenseits des Themas des Liedes. Der Song selbst sowie die Kommentare verweisen darauf, dass es weitgehend «normal» und gesellschaftlich akzeptiert ist, mit dem/der Partner:in zusammen zu sein, den/die man liebt, unabhängig von äusseren Vorbehalten. Sogar Andreas Gabalier, dessen oft als konservativ und homophob empfundene Lieder und Interviews zu Diskussionen um seine politische Gesinnung geführt haben,[76] hat mit *Liebeleben* (2021)[77] seinem Repertoire einen Song einverleibt, der die Liebe feiert und dabei auch Menschen einbezieht, die keine heterosexuellen feschen Dirndln und Buben sind, wie man sie bisher aus seinen Videos kannte.

Geradezu märchenhaft wird es bei Beatrice Egli; in ihrer Up-tempo-Nummer *Herz an* (2017)[78] läuft sie mit einem sympathischen Lächeln und offenen Blick durch eine in kaltes technisches Licht getauchte Alltagswelt und füllt diese mit bunten und natürlich-warmen Farben – sie verbindet etwa ein sprachlos gewordenes altes Ehepaar, hilft einem Jungen, Freunde beim Fussballspielen zu finden, oder hebt hier einer gestressten Angestellten den heruntergefallenen Lippenstift auf – diese öffnet daraufhin ihr Herz für ihre Umwelt und nimmt sich eine Auszeit. Die Musikpersona agiert hier als gute Fee, die Wünsche wie im Märchen erfüllt – eine etablierte Erzählform mit aktualisiertem Inhalt.[79] Auch hier werden Emotionen geteilt, wie von L.: «Ich mag eigentlich keine Schlager, bin eher für Metal,[80] aber Beatrice ist eine Ausnahme. Hab Gänsehaut bekommen. Diese Herzlichkeit und Liebe ist fühlbar ...». Achtsamkeit für sich selbst, für die Umwelt und Zugewandtheit anderen gegenüber, den Kopf aus- und das Herz anschalten, wie es im Liedtext heisst, sind Werte einer Gesellschaft im Selbstoptimierungsmodus.[81] Die Utopien

76 Röhlig, Marc: Was ein Experte für Nazi-Liedgut zu Andreas Gabaliers Texten sagt (Interview mit Michael Fischer). In: Der Spiegel/Bento, 8. 2. 2019, www.spiegel.de/panorama/ist-andreas-gabalier-rechts-experte-fuer-nazi-liedgut-analysiert-seine-texte-a-7c6cbf73-b4f2-4505-95d3-78160bd56e53, 1. 7. 2022.

77 Andreas Gabalier: Liebeleben, www.youtube.com/watch?v=ECG72etNlsQ, 1. 7. 2022.

78 Beatrice Egli: Herz an, https://youtu.be/a-lylxJggYw, 1. 7. 2022.

79 Müske, Johannes: Erzählmuster und Deutungsangebote zum Börsengeschehen. In: Vokus 15/1 (2005), S. 116–135, www.kulturwissenschaften.uni-hamburg.de/ekw/forschung/publikationen/vokus/vokus200501/media/vokus2005-1-s116-135.pdf, 1. 7. 2022.

80 Es scheint ein Topos zu sein, dass man «eigentlich» keinen Schlager mag oder gar Metal. Ähnliche Kommentare finden sich auch unter anderen Songs, etwa von Roland Kaiser. Vermutlich wird hier versucht, dem eigenen Argument mehr Gewicht zu verleihen, indem der eigene Geschmack an Metal, der wohl als am weitesten vom Schlager entfernt imaginierten Musikrichtung, als Legitimation genutzt wird.

81 Wilke, Inga: Zum Verhältnis von Arbeit und Nicht-Arbeit in «Musse-Kursen». Ein ethnografischer Zugang zu erfahrenen Entgrenzungen und dem Wunsch nach Abgrenzungen. In: Stefan Groth, Sarah May, Johannes Müske (Hg.): Vernetzt, entgrenzt, prekär? Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Arbeit im Wandel. Frankfurt am Main, New York 2020, S. 193–210.

einer guten und lebenswerten Zukunft sind aus den «Zukunftslaboratorien»[82] der Utopie-Festivals und Achtsamkeitskurse in der Gesellschaft angekommen – zumindest als Behauptung und Pose.

Aktuelle populärkulturelle Bezüge und ältere Erzählformen im Schlager

Warum operieren Schlager mit diesen stereotypen Narrativen? Zwei Annäherungen – beide betonen die einfache und schnelle Dekodierbarkeit und damit Vermarktbarkeit – sollen skizziert werden: einerseits intertextuelle Bezüge zu anderen Popgenres, andererseits bestehende Erzählformen, die weitaus ältere Formen aufgreifen.

Bildsprache, Sounddesign und Texte im aktuellen Popschlager sind in der Produktion vielleicht nicht ganz so «stylish» und definitiv «cleaner» als Popproduktionen, doch entspricht diese Gestaltung gängigen Mustern. Die märchenhaft-utopische Seite des Schlagers ist kein Zufall: Als moderne Märchen knüpfen Schlager an etablierte Erzählformen und Deutungsmuster an, zum Beispiel die glückliche Begebenheit und die Ökonomie der Wunscherfüllung, sie ermöglichen im Alltag ein kurzes Innehalten und dienen innerhalb von Emotionspraktiken dem Schaffen freudvoller Momente.

Viele gängige Topoi, beispielsweise die Künstler:innenpersona im Auto, im Club oder in Fantasiewelten, knüpfen an gängige Popmusiksujets an. Der Schlager bildet hier keine Ausnahme – respektive andersherum: Der aktuelle Schlager ist gerade deswegen so erfolgreich, weil hier eine grosse Anschlussfähigkeit an aktuelle Popströmungen gegeben ist. EDM, Latino-Rhythmen, Hip-Hop und die entsprechenden Sujets und Farbfilter (Ferien, Wärme) bilden aktuelle Einflüsse, die das Genre jung und aufregend machen, sodass das Schlagerpublikum jünger und diverser geworden ist. Empirisch müsste dies genauer untersucht werden, doch berichtet die einschlägige Musikpresse, dass es immer mehr jüngere Schlagerfans gibt und es nicht mehr «out» ist, zu Konzerten von Helene Fischer, Andreas Gabalier und Co. zu strömen. Auch die Kommentarspalten sind mehrsprachig, was darauf hinweist, dass das Schlagerpublikum – wie die europäischen Gesellschaften insgesamt – heterogener geworden ist. Schlager wird nicht nur in Deutschland, Österreich und der Schweiz von unterschiedlichen Hörergruppen konsumiert, sondern hiesige Stars finden über die Onlineportale auch im Ausland ihre Fans und werden mit einer entsprechenden Klang- und Bildsprache positioniert. Auch hierin ist eine Transformation des Schlagers zu erkennen, der vorher nur mit dem Attribut «deutsch» auftrat.

82 Genner, Julian; Kuhn, Ina: Zukunft leben oder überleben? Wie Preppen und Utopie-Festivals ein gutes Leben jenseits der Gegenwartsgesellschaft imaginieren und erfahrbar machen. In: Dagmar Hänel, Ove Sutter (Hg.): Planen. Hoffen. Fürchten. Zur Gegenwart der Zukunft im Alltag. Münster, New York, S. 109–123.

Schlager als Indikator des Normalen

Der Beitrag untersuchte am Beispiel aktueller Popschlager, wie sich dieses gemeinhin als «spiessig» wahrgenommene und wenig erforschte Genre in den letzten beiden Jahrzehnten transformiert hat und anschlussfähiger an aktuelle Popströmungen geworden ist. Auch wenn in aktuellen Popfeuilletons und in der Forschung Schlager oft noch nicht als legitimer Gegenstand anerkannt und untersucht wird, behauptet der Schlager höchst wandlungsfähig und erfolgreich seine Stellung im Popgeschäft. Der Erfolg beruht darauf, so meine Hypothese, dass die Erzählungen an popkulturell verbreitete Sujets und etablierte Erzählformen anknüpfen und damit besonders leicht zugänglich für Praktiken des *doing emotion* sind: Schlager sind eine «sichere Bank» im Gefühlsmanagement, nicht umsonst treten an vielen lokalen Festen Schlager-Coverbands auf, werden an Volksfesten Schlager gespielt und hören auch Gruppen jüngerer und älterer Leute mit Boomboxen und Smartphones Schlager.[83]

Schlager betonen das «Normale», bestätigen dessen Gültigkeit und tragen so zur Selbstvergewisserung im gesellschaftlichen Normengefüge bei. Stetige musikalische und transkulturelle Einflüsse sind für diese Entwicklungen wichtig, man denke etwa an die Comedian Harmonists, die schon von der *Blume von Hawaii* (1931) oder der *Schönen Isabella von Kastilien* (1932) sangen und entsprechende Musikstile respektive deren stereotyp-ironische Anverwandlungen in ihre Kompositionen aufnahmen, oder an Helene Fischers *Vamos a Marte* (2021) mit spanischen Textzeilen und einem Feature des Latin-Popsängers Luis Fonsi. Durch global zirkulierende kulturelle *flows*[84] können Stile, Traditionen und so weiter zur selben Zeit am selben Ort anwesend sein und für Akteur:innen wichtige Identifikationspotenziale bieten. Es ist heute eine Selbstverständlichkeit, dass mit Giovanni Zarrella ein Sohn italienischer Einwanderer eine grosse Samstagabendshow im Ersten moderiert und italienisch und deutsch singt, ebenso Beatrice Egli, die als Schweizerin in Deutschland DSDS gewann. Medien spielen für den globalen kulturellen Austausch beziehungsweise die Verbindungen eine zentrale Rolle, seien es einflussreiche Agenturen wie MTV und andere Sender, die einst mächtige *gatekeeper* der globalen Musikströme waren, oder heute die Unterhaltungsplattformen und sozialen Medien, die als Kommunikationsplattformen einen direkteren Austausch audiovisueller Botschaften ermöglichen und methodisch grosses Potenzial für ethnografische Forschungsansätze haben. Diese vorläufigen Befunde stellen die Kompensationsthese infrage, dass eine unmündige Masse passiv Süsswaren konsumiert, um für kurze Zeit der Realität zu entfliehen. Vielmehr sind aktive

83 Zwei Szenen aus dem Bahnverkehr, wie sie öfter beobachtet werden können. Freitagmittag im Regionalzug Richtung Konstanz: Reisegruppe von Frauen (über 50) auf dem Weg in die Ferien, sie hören und singen mit, unter anderem: *Du schöner Bodensee* (Interpret:in unbekannt), *Hulapalu* (Andreas Gabalier), 15. 7. 2022; am Samstagvormittag ist ein Junggesellenabschied (Männer Ende 20, Anfang 30) auf dem Weg nach Freiburg, sie hören Italopop (*Lasciatemi Cantare*, Solo Noi von Toto Cutugno), aber auch eine Ballade wie *Freiheit* von Marius Müller-Westernhagen, ansonsten eher Rock und Funk, 16. 7. 2022.

84 Appadurai, Arjun: Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis 1996, passim.

Aneignungsweisen, die sich als Emotionspraktiken beschreiben lassen, Teil des Schlagerkonsums.

Zu fragen ist weiter nach Rezeptionskontexten und Motiven der Schlagerhörer:innen: Warum genau werden Schlager im persönlichen Alltag konsumiert und programmiert, beispielsweise in Unterhaltungssendungen im Fernsehen, auf Parties oder als Begleitmusik im Radio? Was wird an ihnen geschätzt, auch von Publika, die eine gewisse Abneigung gegen den Schlager formulieren, jedoch die Professionalität und harte Arbeit anerkennen (Ehrlichkeit und Authentizität der Stars scheinen beim Schlager besonders wichtig zu sein)? Zu einem Forschungsprogramm, das den Schlager als popkulturelles Phänomen ernstnimmt und nicht desavouiert, gehörte zunächst eine Analyse der Frage, inwiefern die Bemühungen, den Schlager aus der legitimen Popkultur diskursiv auszugrenzen, als Grenzarbeit[85] gelesen werden können, durch die sich Kulturarbeit und Popkulturforschung zu legitimieren suchen. Teil einer solchen Untersuchung müsste auch die systematische Beschreibung der unterschiedlichen Szenen, Themen, Sujets und Bilderwelten des Schlagers und der historischen und popkulturellen Referenzen sein, denn der Popschlager, der hier im Fokus stand, bildet nur einen kleinen Ausschnitt dieses sehr breiten Genres. Im Zusammenhang mit dem Pop ist nicht nur zu fragen, wo der Schlager sich dem Pop annähert, sondern auch, wie sich Pop- und Indiekünstler:innen aus dem Schlagerfundus bedienen. Acts wie Blumfeld/Jochen Distelmeyer oder die hyperartifizielle Persona von Christian Steiffen sind ohne die Reibung mit dem Schlager nicht denkbar, da ihre Ästhetisierungsstrategien auf den als bekannt vorausgesetzten Zeichen des Schlagers aufbauen. Vermutlich bestehen allerdings keine Verbindungen dieser Indieszenen mit den Hörer:innen der grossen Stars – womit einmal mehr Fragen zu kulturellem Kapital und sozialer Abstandswahrung durch distinkten Konsum angesprochen sind. Gerade die Untersuchung solcher Verbindungen von Medientexten, Bildprogrammen und Klängen, Rezeptionsweisen, Diskursen und der politischen Dimension der Populärkultur sind Kernanliegen der Kulturwissenschaften, die wiederum weit über den Schlager hinausreichen und ein lohnendes Untersuchungsfeld bilden.

85 Gieryn (Anm. 34).