



Gebhard Fartacek (Hrsg.)

„ ... so scheen war's!“

Skizze einer Anatomie des Musikanten-Stadls
aus sozialanthropologischer und ökonomischer Perspektive

DOI 10.1553/witt2k13

Band 13

Reihe A | Wittgenstein 2000
Lokale Identitäten und überlokale Einflüsse



Working Papers der Kommission für Sozialanthropologie

ISSN: 1810-7346

Reihe A: Lokale Identitäten und überlokale Einflüsse. Wittgenstein 2000.

Veröffentlicht von:

Kommission für Sozialanthropologie

Österreichische Akademie der Wissenschaften

Schwindgasse 14/6 – 1040 Wien

Fax: 01/ 503 68 73 /6680

E-Mail: sozialanthropologie@oeaw.ac.at

© Gebhard Fartacek. 2005

Österreichische Akademie der Wissenschaften/Kommission für Sozialanthropologie

E-Mail: gebhard.fartacek@oeaw.ac.at

Gebhard Fartacek (Hrsg.)

„ ... so scheen war's!“

Skizze einer Anatomie des Musikanten-Stadls
aus sozialanthropologischer und ökonomischer Perspektive

Zwischenergebnisse des Jubiläumsfondsprojekts Nr. 10948

Alpine Populärkultur im fremden Blick:

Der Musikanten-Stadl im Lichte der Wissenschaften

INHALTSVERZEICHNIS

Gebhard Fartacek: Einleitende Worte zur Genese des Jubiläumsfondsprojekts: Alpine Populärkultur im fremden Blick: Der Musikanten-Stadl im Lichte der Wissenschaften	3
Zeynep Baraz: Eine türkische Migrantin und ein österreichisches Pensionisten-Ehepaar im Interview über den Musikanten-Stadl	6
Interview 1: Eine türkische Migrantin über die Entwurzelung und das „typisch Österreichische“	6
Interview 2: Ein österreichisches Pensionistenehepaar über ihre Erinnerungen an die Abende am Stammtisch beim Wirt	7
Erste Interpretationsmöglichkeiten	8
Mădălina Diaconu: Eine phänomenologisch-ästhetische Perspektive alpiner Populärkultur im fremden Blick	11
1. Vorbemerkungen zum „fremden Blick“	11
2. Who’s afraid of Musikanten-Stadl?	12
3. Der ästhetische Blick: Kitsch!	14
4. Zwei Entfremdungen und keine Mitte?	16
5. Wiens Saturday’s night fever: Ein zweiter Erfahrungsbericht	17
6. Selbstbild und Fremdbild	18
7. Konstitution der Identität	19
8. Anhang: Überlegungen für einen Vergleich mit Rumänien	21
Wolfgang Fellner: Der Musikanten-Stadl im Lichte der Wissenschaften – eine sozioökonomische Analyse	24
Einleitung	24
Zur Methode	24
Allgemeine Beschreibung des Forschungsvorhabens	25
Ökonomisches Analysefeld I: Volkstümliche Musik und das Medium Fernsehen	26
Ökonomisches Analysefeld II: Produktionsstrukturen des Musikanten-Stadl	27
Ökonomisches Analysefeld III: Das Produkt Musikanten-Stadl	28
Ökonomisches Analysefeld IV: Volkstümliche Musik und die Musikindustrie	28
Ökonomisches Analysefeld V: Umwegrentabilität	28
Anhang: Informationsquellen	29

Gebhard Fartacek:
**Einleitende Worte zur Genese des Jubiläumsfondsprojekts: Alpine
 Populärkultur im fremden Blick: Der Musikanten-Stadl im Lichte der
 Wissenschaften**

Seit nun knapp einem Jahr läuft an der Kommission für Sozialanthropologie der Österreichischen Akademie der Wissenschaften ein Forschungsprojekt, das sich mit den unterschiedlichen Aspekten alpiner Populärkultur und methodologischen Fragen befasst. Bei diesem Projekt handelt es sich um ein „follow up“ des seit 2001 laufenden Forschungsschwerpunkts *„Lokale Identitäten und überlokale Einflüsse“*; ferner steht das Projekt auch in enger Kooperation mit anderen Forschungsarbeiten, die derzeit an der Kommission für Sozialanthropologie der Österreichischen Akademie der Wissenschaften durchgeführt werden.

Der Projektantrag zu diesem Forschungsvorhaben wurde von Dr. Susanne Binder ausgearbeitet, die sich dabei auf ein Konzept von wM Andre Gingrich (dem Leiter des Projekts *„Alpine Populärkultur im fremden Blick“*) und Mag. Eva-Maria Knoll stützen konnte. Finanziert wird das Projekt vom Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank.

Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses stehen Identitätskonstruktionen, die gemeinhin mit dem alpinen Raum verknüpft werden sowie die Entwicklung neuer methodischer Vorgehensweisen.

Auch wenn das Wesen der klassischen Ethnologie „ein Forscher bricht auf in die Ferne, um dort das Fremde zu erforschen“ aus heutiger Sicht überholt zu sein scheint, so ist es in der Sozialanthropologie dennoch unumstritten, dass der eigene Abstand des Forschers oder der Forscherin zu den kulturellen Manifestationen die er/sie erforschen möchte, ein hohes erkenntnistheoretisches Potential beinhaltet – vor allem wenn es um das Erfassen struktureller Beziehungen geht, die den rezenten Identitätskonstruktionen zugrunde liegen.¹

Dementsprechend wurde bei der Konzipierung des Projekts davon ausgegangen, dass ausländische ForscherInnen bei der Erforschung alpiner Populärkultur Zusammenhänge entdecken (können), die uns – österreichischen – SozialanthropologInnen verborgen bleiben würden.

Eine rumänische Kunsttheoretikerin, DDr. Mădălina Diaconu, sowie eine türkische Soziologin, Mag. Zeynep Baraz, konnten schließlich für dieses ambitionierte Forschungsvorhaben als Projektmitarbeiterinnen gewonnen werden.

Im Team befindet sich des weiteren ein österreichischer Wirtschaftswissenschaftler, Mag. Wolfgang Fellner, der die ökonomischen Dimensionen des sogenannten Stadl-Spektakels untersuchen soll.

Die Koordination dieses Projekts wurde ursprünglich von Dr. Susanne Binder wahrgenommen; im Oktober 2005 wurde sie von Dr. Gebhard Fartacek übernommen. Beide sind bereits seit einigen Jahren als wissenschaftliche MitarbeiterInnen an der Kommission für Sozialanthropologie tätig.

In den Prozess der Hypothesengenerierung zu den forschungsleitenden Fragestellungen des Projekts *„Alpine Populärkultur im fremden Blick: Der Musikanten-Stadl*

¹ Vgl. dazu die „Vorbemerkungen zum fremden Blick“ im Beitrag von Mădălina Diaconu.

im Lichte der Wissenschaften“ werden auch die anderen (also die nicht unmittelbar Projekt-involvierten) MitarbeiterInnen der Kommission für Sozialanthropologie miteinbezogen. Schließlich ist es ein erklärtes Ziel des Projekts, durch kreatives Nachdenken und Ausprobieren das Potential sozialwissenschaftlicher Forschungsansätze zu erweitern und Erkenntnisgewinn in methodologischer und methodischer Hinsicht zu erlangen. Geht es doch auch darum, sich einem Phänomen der österreichischen Populärkultur mit „sozialanthropologischem Know-how“ zu nähern.

Das vorliegenden Working-papers trägt den Übertitel „... so scheen war's!“ Bei dieser plakativen Aussage handelt es sich einerseits um das Zitat zweier BesucherInnen der Musikanten-Stadl-Veranstaltung in Bruck an der Mur (vgl. Erfahrungsbericht von Mădălina Diaconu). „So scheen war's“ steht aber nicht nur für „volkstümliche Glückseligkeit“, sondern auch als Metapher für „die gute alte Zeit“, welche in den Erklärungsversuchen für den Erfolg des Musikanten-Stadls eine wesentliche Rolle spielt – zumindest nach dem momentanen Stand unserer Hypothesengenerierung.

Mit etwas Eigenhumor scheuen wir uns nicht, den Ausspruch „... so scheen war's!“ auch für uns selbst zu reklamieren, schließlich blicken wir auf eine höchst erfolgreiche erste Phase der Zusammenarbeit zurück.

Bei dem vorliegenden Working-paper handelt es sich um die überarbeitete und erweiterte Fassung eines ersten internen Zwischenberichts des Projekts, der im Anschluss an eine Jour fixe Veranstaltung ausgearbeitet wurde, welche am 6. April 2005 an der Kommission für Sozialanthropologie stattgefunden hat. Anzumerken ist die Tatsache, dass die Beiträge von Zeynep Baraz und Mădălina Diaconu in einer Zeit entstanden sind, in der über den nahenden Rücktritt des Moderators noch nichts bekannt war; daher fand das vielzitierte „Aus für Moik“ in diesen beiden Beiträgen keine Berücksichtigung. Wolfgang Fellner verfasste seine Ausführungen etwas später (Juni 2005), was ihm eine Bezugnahme auf diese aktuellen Entwicklungen ermöglichte.

Im Folgenden werden zunächst von Zeynep Baraz zwei explorative Interviews vorgestellt, die einen ersten Einblick in Sichtweisen und Erklärungsmodellen hinsichtlich des Phänomens „Musikanten-Stadl“ liefern sollen. Eine Billa-Verkäuferin, die vor 20 Jahren aus der Türkei nach Österreich migrierte und dem Musikanten-Stadl grundsätzlich positiv gegenübersteht, sucht nach Gründen für den kommerziellen Erfolg dieser Sendung. In einem zweiten Interview, das Zeynep Baraz mit einem österreichischen Pensionistenehepaar durchführte, werden Themenbereiche wie Authentizität, Sehnsucht nach Ursprünglichkeit sowie die gute alte Zeit angesprochen (frei nach dem Motto: „So scheen war's!“). Zum Ausdruck kommen jedoch auch offen bestehende Ressentiments gegenüber SchwarzafrikanerInnen.

Mădălina Diaconu berichtet über ihre Rolle als teilnehmende Beobachterin und liefert u.a. ein spannendes Gedächtnisprotokoll über die Musikanten-Stadl Veranstaltung in Bruck an der Mur. Aus kunsttheoretischer Perspektive nähert sie sich auch der Thematik um Kitsch und Authentizität und erläutert Überlegungen zu Selbstbild, Fremdbild und Identität.

Den Abschluss dieses Working-papers bilden Wolfgang Fellner's Überlegungen zur Verknüpfung und wechselseitigen Beeinflussung von kulturellen Aspekten und ökonomischen Zwängen. Neben Reichweite und Einschaltziffern derartiger TV-Produktionen interessieren vor allem auch die Produktionsbedingungen, unter denen eine solche Sendung entsteht.

Die hier vorgelegten Zwischenergebnisse sollen nicht nur als Leistungsnachweis für die bisherige Projektarbeit dienen. Vielmehr sollen sie einen tiefgreifenden Diskurs in Gang setzen und zu fruchtbaren Kommentaren einladen. Wir, d.h. die Projektgruppe

bestehend aus Zeynep Baraz, Mădălina Diaconu, Wolfgang Fellner und Gebhard Fartacek, freuen uns auf ein reichhaltiges Feed Back und auf zukunftsweisende Impulse für unsere weitere Hypothesengenerierung. Für nächstes Jahr ist eine gemeinsame Buchpublikation zum „*Musikanten-Stadl im Lichte der Wissenschaften*“ geplant.

Wien, im August 2005

Zeynep Baraz: Eine türkische Migrantin und ein österreichisches Pensionisten-Ehepaar im Interview über den Musikanten-Stadl

Eine explorative empirische Phase, die der eigentlichen Erhebung voraus geht, bewährt sich meistens als ein sehr ergiebiger Teil des Forschungsprozesses. In diesem Sinne wurden vorbereitend für die eigentliche Erhebungsphase zwei Explorationsinterviews durchgeführt, die für die Hypothesengenerierung richtungsweisend sein sollen. Im Folgenden sollen diese zwei Interviews vorgestellt und erste Interpretationsansätze, die sich einerseits aus diesen Interviews und andererseits aus theoretischen Überlegungen ergeben, vorgestellt werden.

Im weiteren Forschungsverlauf sollen narrative Interviews unter RezipientInnen (bzw. unter den verschiedenen Gruppen von RezipientInnen) durchgeführt werden. Die narrative Form soll helfen, die größtmögliche Dichte von Informationen in den Interviews zu erhalten und einen besseren Einblick in die Wahrnehmung der Sendung Musikanten-Stadl und die damit verbundenen Bedeutungskonstruktionen der RezipientInnen liefern.

Interview 1: Eine türkische Migrantin über die Entwurzelung und das „typisch Österreichische“

Als ein erstes exploratives Interview wurde eine 45-jährige Hausfrau – eine türkische Migrantin – befragt. Sie arbeitete früher als Kassiererin im Supermarkt, ist verheiratet und hat drei Kinder. Sie verfügt über einen Hauptschulabschluss. Das Interview wurde bei ihr zu Hause in türkischer Sprache durchgeführt. Ihr Deutsch ist relativ gut und der österreichische Akzent nicht zu überhören.

- Die Migrantin berichtet, dass sie sich die Sendung seit längerer Zeit nicht mehr anschaut. Den Herrn „Hias“² mochte sie in der Sendung am meisten. Sie mag die Natur, deswegen gefiel ihr die Sendung besonders gut. Am Anfang war die Sendung für sie interessant, weil sie sehr viel über Österreich lernen konnte. Sie meinte, dass allein die Musik in der Sendung langweilig gewesen wäre. Es wurde erst interessant durch das Vorstellen einzelner Regionen.
- Der Moderator der Sendung Musikanten-Stadl, Karl Moik, gefiel ihr gut, da er wusste wie man mit den Menschen redet und gut vorbereitet sei.
- Als sie sich die Sendung angeschaut hat, hatte sie wenig Kontakt mit Türken und es gab auch keine türkischen Fernsehsender, die sie sich anschauen konnte.
- Für die außerordentliche Beliebtheit der Sendung hatte sie folgenden Grund: „Österreich sucht seine Wurzeln“. Sie war der Ansicht, dass Musik, deren Text man nicht versteht, sowieso uninteressant wäre. Deshalb verstehe sie die ÖsterreicherInnen, wenn sie auf Deutsch gesungene Musik lieben. Sie meinte, dass die ÖsterreicherInnen versuchen ihre Traditionen, die sie teilweise nicht (mehr) kennen, wieder zu finden.
- Sie war der Meinung, dass die Arbeiterklasse von Österreich die Traditionen, die sie in der Stadt nicht mehr ausleben können, im Fernsehen bei solchen Produktionen sucht.

² Gemeint ist einer der früheren Co-Moderatoren der Sendung Musikanten-Stadl.

- Ihrer Ansicht nach, verliert die österreichische Jugend die Traditionen, ähnlich wie die türkische Jugend. Die Jugendlichen werden immer verdorbener. Für die Älteren sind solche Sendungen, wie eine Nostalgie.
- Sie vertiefte das Thema des Traditionsverlustes noch mit der Bezugnahme aus ihrem eigenen Leben. Sie erzählte: Was unsere Mütter mal konnten, können wir nicht mehr. Was meine Mutter konnte, kann ich meinen Töchtern nicht weitergeben, weil ich vieles nicht kenne. Z.B. „kirklamak“, ein Reinigungsritual für Geschirr, das beispielsweise von Haustieren berührt wurde. Dieses Ritual kann sie nicht mehr durchführen und auch nicht ihren Töchtern lehren, weil sie das nicht mehr von ihrer Mutter gelernt hat.
- Diesen Verlust der Traditionen fühlen die ÖsterreicherInnen, meint sie, genauso wie die Türken. Darauf folgend beklagte sie ihre Situation in Österreich: „Ich z.B. bin hier integriert, aber was habe noch von der türkischen Kultur? Wie viel türkische Kultur kann unsere Familie noch leben? Der Mensch sucht immer bestimmte Werte und will auch nach diesen leben. Ohne Werte fühlt man sich leer; ich fühle mich leer ohne die traditionellen Werte.“
- Abschließend meinte sie, dass für die ÖsterreicherInnen die Alpen, Wandern und die Bergbauern die wichtigsten Dinge darstellen. Sie leben nur für diese Dinge, meint sie. Es gebe hier kein sozial-geselliges Leben wie in der Türkei; man wolle nicht zu den Verwandten oder Nachbarn zu Besuch gehen, sondern eher Sport betreiben oder zum Heurigen gehen und auch eine solche Sendung, wie Musikanten-Stadl im Fernsehen könne ihrer Meinung nach dieses gesellige Beisammensein ersetzen.

Interview 2: Ein österreichisches Pensionistenehepaar über ihre Erinnerungen an die Abende am Stammtisch beim Wirt

Als ein weiteres exploratives Interview wurde ein Pensionistenehepaar befragt, wobei die Fragen hauptsächlich vom Ehemann beantwortet wurden. Er war 70 Jahre alt und ein ehemaliger Bankbeamter. Sie war 68 Jahre alt und Hausfrau.

- Für den Erfolg der Sendung Musikanten-Stadl macht der Ehemann die „Sehnsucht nach Volksmusik“ verantwortlich. Diese Sehnsucht erklärte er später im Interview mit einer „Sehnsucht und Erinnerung an die Jugend“. „Es ist nämlich heute nicht mehr so, wie es Mal vor 30 Jahren war.“ Vor langer Zeit als frisch verheiratetes Ehepaar sind sie oft ausgegangen und hatten einen Stammtisch beim Wirt. Dort waren Musiker und alle Gäste haben die Volks- und Wiener Lieder mitgesungen. Manche Gäste haben bestimmte Lieder besonders gut singen können und haben diese an einem Abend mehrmals wiederholt.
- Der Musikanten-Stadl an sich wird von beiden Interviewpartnern sehr negativ bewertet und unter anderem als „niveaulos“ beschrieben. Sie meinen, dass in dieser Sendung eigentlich „Pseudo-Volksmusik“ gespielt wird. Die Ehefrau findet den Moderator der Sendung, Karl Moik, peinlich, weil er „außerordentlich frech und ordinär in seinen Ausdrücken“ ist. Sie meint, dass das ganze Publikum über seine Witze lacht, sie aber nicht mitlachen kann. Es stört die Ehefrau auch, dass in der Sendung derzeit kaum mehr Regionen vorgestellt werden. Sie hätte sich auf diesen Teil der Sendung immer gefreut. Es stört sie beide außerdem, dass Karl Moik in der Sendung zu sehr im Vordergrund ist.

- Im Gegensatz zu dem Moderator Karl Moik, berichtet das Ehepaar, dass sie den Herrn „Hias“ sehr mochten und bezeichneten ihn als ein „richtiges Urvieh“, als einen „normalen“ und „echten“ Menschen. Sie untermauerten diese Aussagen noch mit der Information, woher er stammt, nämlich aus der Obersteiermark.
- Sie haben durch ihre Tochter, die eine Journalistin ist, erfahren, dass die Araber, die bei der Dubai-Sendung³ von Musikanten-Stadl in der ersten Reihe saßen, keine echten Araber waren. Sie meinten dazu: „...und SO eine Sendung ist der Musikanten-Stadl!“. Dazu erklärte der Ehemann, dass die Araber kein Interesse für die deutsche/österreichische Volksmusik hätten. „Sie haben ihre eigene Volksmusik und wir unsere.“ Es war für ihn unerklärlich, warum sie sich für die deutschsprachige Volksmusik interessieren sollten.
- Eine hohe Qualität bescheinigte das Ehepaar den Sendungen von Sepp Forcher. Er geht in Regionen hin, die für sie „greifbar“ sind. Einmal haben sie sich eine Sendung von ihm angeschaut, in der er einen Ort im Salzkammergut vorgestellt hat und sie sind danach dorthin gefahren und haben sich den Ort angeschaut. Das war ein sehr schönes Erlebnis. Sie meinen aber, dass Dubai für sie uninteressant sei, da sie vermutlich nie hinfahren können, da es für sie nicht „greifbar“ ist. Weitere Personen, die qualitativ hochwertige Sendungen bezüglich Volksmusik machen sind für sie die Herren Brünster und Brosch.
- Ferner beklagten sie einen Traditionsverlust bei den Jugendlichen, die kein Interesse mehr für die Volksmusik aufbringen. Beklagenswert war für sie außerdem, dass heutzutage alles kurzlebiger geworden ist, sich alles sehr schnell verändert und somit Traditionen keinen Wert mehr haben.
- Das Ehepaar meinte, dass die Schönheit früher auch anders definiert wurde. Die Ehefrau gab an, dass man früher in den Filmen „schöne Männer“ gesehen hat. Scherzhaft meinte sie dazu: „Ich will nicht sehen, was ich eh daheim hab!“.
- Schließlich wurde das Thema Musikanten-Stadl verlassen und die Sprache fiel auf den ehemaligen Schauspieler Karl-Heinz Böhm und sein Hilfsprojekt in Äthiopien. Der Ehemann meinte dazu, dass er bei solchen Hilfsaktionen nicht mitmachen würde, da die Schwarzen nichts davon haben. Er meinte, sie sind „zu blöde“, um eine Schraube festzumachen, dass sie dafür einen Weißen aus 40 km. Entfernung holen müssen. Er meinte, dass er nicht dafür verantwortlich ist, wenn die Schwarzen viele Kinder bekommen, die sie dann nicht versorgen können. Deswegen macht es für ihn keinen Sinn, bei solchen Aktionen Geld zu spenden.
- Das Interview endete damit, dass sie mir aus ihrer großen Volksmusik-Sammlung eine CD mit ihrer Angabe nach „echten“ Wiener Liedern vorgespielt haben.

Erste Interpretationsmöglichkeiten

Aus meiner Forschungsperspektive der verstehenden Soziologie⁴ waren in erster Linie die Eigeninterpretationen der RezipientInnen wegweisend. Ausgehend aus dem ersten explorativen Interviewmaterial stellte ich einige Linien von Interpretationsmöglichkeiten fest, die ich hier im Sinne einer Hypothesengenerierung skizzieren möchte:

³ Eine in Dubai, Vereinigte Arabische Emirate, produzierte Folge der Sendung Musikanten-Stadl.

⁴ Vgl. Rudolf Richter: Verstehende Soziologie. Wien: Facultas 2002.

„Die Sehnsucht nach der Volksmusik ist eine Sehnsucht nach der Jugend“

Diese Aussage kann aus zwei Perspektiven betrachtet werden. Die eine Perspektive ist die „Sehnsucht nach Volksmusik“, die andere ist die „Sehnsucht nach der Jugend“. Die Sehnsucht nach Volksmusik, die von dem Pensionisten im Explorationsinterview als ein Grund für den Erfolg der Sendung Musikanten-Stadl angegeben wird, wurde im Laufe des Interviews auch näher erläutert. Die Wortwahl mit „Sehnsucht“ ist insofern interessant, als sie ein Bedürfnis ausdrückt. Im Interview des Pensionistenehepaares wurde wiederholt darauf hingewiesen, dass in dieser Sendung keine echte, sondern nur „Pseudo-Volksmusik“ gespielt wird. Die Sehnsucht könnte also genauso mit diesem unbefriedigten Verlangen nach „echter Volksmusik“ zusammenhängen, wie mit der symbolischen Verbindung der Volksmusik mit der Jugend.

Auch zu berücksichtigen sind dabei die Erzählungen des Ehepaares über ihre Abende bei ihrem Stammwirt und ihre Wahrnehmung dieser und der Vergleich mit dem Musikanten-Stadl. Hier wird ein Auseinanderklaffen von „authentischem Erleben“ und „inszenierter Authentizität“ deutlich, die aber nicht spezifisch für den Musikanten-Stadl, sondern beim Medienkonsum allgemein festgestellt werden kann. In diesem Sinne kann die Sehnsucht nach der Jugend auch als eine Sehnsucht nach Authentizität gedeutet werden.

In Verbindung damit steht die zweite Perspektive der Sehnsucht nach der Jugend. Die symbolische Besetzung der Volksmusik mit den Erinnerungen an die Jugend, vielleicht mit einer Zeit, die in den verblässenden Erinnerungen ein idealisiertes und romantisierendes Bild bekommen hat, eröffnet auch eine weitere Interpretationslinie: Nämlich die Wahrnehmung und Bedeutung der Jugend bei älteren Personen.

„Österreich sucht seine Wurzeln“

Mit dieser Aussage wird der von allen InterviewpartnerInnen wahrgenommene Traditionsverlust zum Ausdruck gebracht. Es wird auch eine Parallelität zwischen der türkischen und österreichischen Kultur in dieser Hinsicht festgestellt. Nach den Aussagen der InterviewpartnerInnen werden traditionelle Riten und traditionelle Musik nicht mehr praktiziert, weitergegeben und konsumiert. Stattdessen findet man immer mehr global verankerte kulturelle Elemente, denen sich die Personen mit einer gewissen Skepsis bis Ablehnung gegenüber stehen.

Damit in Verbindung steht auch eine Betonung der Regionalität und der regionalen Kultur. In diesem Sinne spricht sich der interviewte Pensionist für eine kulturelle Grenzziehung aus, wenn er sagt: „Sie [die Araber] haben ihre eigene Volksmusik, wir unsere!“ Dieser Wunsch nach kultureller Grenzziehung ist ein Ausdruck der Spannung zwischen lokaler und globaler Kultur und stellt eine weitere Interpretationslinie dar. Während wir die Sendung Musikanten-Stadl in einem Prozess der „De-Lokalisierung“ positionieren können, in dem sich die lokalen kulturellen Elemente ihre Fixierung auf einen konkreten Ort lösen und anfangen Bestandteile der globalen Kulturangebote zu werden, kann die Haltung des Ehepaares als ein Widerstand gegenüber dieser De-Lokalisierung charakterisiert werden. Gegenüber der als bedrohlich wahrgenommenen Globalisierung der Kulturen wird das Lokale/Regionale, bzw. das „Ehemalige“ zu einem Orientierungspunkt für die Personen.

„Für die Österreicher sind die wichtigsten Dinge die Alpen, das Wandern und die Bergbauern“

Diese Typisierung der ÖsterreicherInnen von der interviewten Migrantin ist ein gutes Beispiel dafür, was in den geplanten Interviews mit MigrantInnen über das „typisch österreichische“ erfahren werden kann. Dabei ist es von Interesse, wie die ÖsterreicherInnen charakterisiert werden; ob und wie diese Charakterisierung mit der Sendung Musikanten-Stadl und mit Volksmusik im Allgemeinen zusammen hängt. Die Wahrnehmung der MigrantInnen, eine so genannte „Außenperspektive“, soll helfen durch die Reflexion, die sie ermöglicht, das Österreichische besser zu verstehen.

Mădălina Diaconu:
Eine phänomenologisch-ästhetische Perspektive alpiner Populärkultur im fremden Blick

1. Vorbemerkungen zum „fremden Blick“

Die Methode des „fremden Blicks“ eröffnet die Perspektive einer Verbindung zwischen der Ethnologie und der Phänomenologie, die hauptsächlich durch Husserl auch einen entfremdenden Blick als methodische Bedingung der „Wesenschau“ theoretisierte.

Die Entfremdung in der eigenen Herkunftskultur

Dabei stellt sich die Frage, ob der sog. fremde Blick dem Blick des Fremden schlechthin gleichzusetzen ist oder ob er durch „Entfremdung“ auch von den Einheimischen selbst erreicht und eventuell eingeübt werden kann.⁵ Die zweite Annahme wird durch ein graduelles Modell der Andersheit gestützt: Den Bewohnern eines anderen Tals oder aus einem anderen Bundesland, den Auslandsösterreichern, den Migranten, schließlich den (europäischen oder außereuropäischen) Ausländern entsprechen ebenso viele Entfremdungsgrade, die möglichst nuanciert in das Projekt einzubeziehen sind. Der Beruf, die Ausbildung, nicht zuletzt die Lebenserfahrung selbst tragen zu einer entfremdenden Entfernung vom Herkunftsort und von seiner Regionalkultur bei. Hier ist auch die Bedeutung der Kunst hervorzuheben, insofern vor allem den modernen Künsten ein hohes Potential an „Verfremdung“ des Blicks auf den Alltag zugesprochen wird. Das Projekt wird daher zum Teil auch den Blick der Künstler auf die alpine Populärkultur in Betracht nehmen.

Schau und Interpretation

Eine zweite Relativierung der Methode des fremden Blicks erfolgt durch die Berufung auf die Wahrnehmungslehre: Das Schauen als Sinnesvorgang oder als Metapher für die Theorie (gr. *theoria* als Kontemplation) vollzieht zunächst ein *découpage* im Blickfeld. Was dabei in einer Kultur als relevant oder als spezifisch betrachtet wird, hängt oft vom eigenen kulturellen Hintergrund ab. Genauer lässt sich in unserem Fall fragen, ob ein Ausländer das Phänomen Musikanten-Stadl bzw. die volkstümliche Musik als kennzeichnend bzw. wesentlich für die gegenwärtige alpine Populärkultur erachtet. Aus der rumänischen Perspektive wird vorläufig insofern eine negative Antwort auf diese Frage erwartet, als sich die rumänische (Hoch-)Kultur durch die Volkskultur als ihren Ausgangspunkt und ihre Basis definiert, während sie in Österreich (und allgemein im Westen) das Vorbild für eine maßgeblich städtische Kultur sucht (siehe z. B. Reiseberichte von Rumänen seit der Mitte des 19. Jahrhunderts und bis heute, von Ion Codru-Drăgușanu bis Grete Tartler⁶).

⁵ Aus einer phänomenologischen Perspektive siehe Moritz Geiger, *Zugänge zur Ästhetik*, Leipzig: Der Neue Geist, 1928.

⁶ Vgl. Lukas M. Vosicky und Mădălina Diaconu, *Bukarest – Wien. Eine kulturhistorische Touristik an Europas Rändern*, Münster, Wien: LIT-Verlag (für den Druck abgegeben).

Die doppelte Übersetzung

Schließlich muss der Blick sprachlich artikuliert werden. Dabei unterscheidet sich das aktuelle Forschungsprojekt von der klassischen ethnologischen Feldforschung dadurch, dass sich in der Vermittlung seiner Ergebnisse der Wissenschaftler nicht an das Publikum seiner Heimat wendet, sondern diese in die Sprache und – damit zugleich – in die Kulturcodes der erforschten Kultur zurückübersetzen muss. Damit wird eine doppelte „Übersetzung“ vollzogen: des Fremden in das Eigene und zurück in das Fremde (das für die untersuchte Kultur das Eigene ist).

2. Who's afraid of Musikanten-Stadl?

Die Sendung war mir vor Beginn des Projektes nicht bekannt, auch wenn ich seit dem Jahr 2000 mehr oder weniger durchgehend in Österreich lebe; einer der Gründe dafür ist wahrscheinlich, dass ich selbst keinen Fernseher besitze und nur sehr selten fernsehe im Unterschied zu meinem vorherigen Lebensstil in Rumänien. Dennoch nahm ich bereits scharfe Reaktionen von österreichischen Bekannten in Bezug auf dieses Thema wahr, sogar noch bevor ich den ersten „Musikanten-Stadl“ selbst angeschaut habe. Nach dem Anschauen einer Auswahl von Fernsehaufnahmen dieser Sendung und der persönlichen Begegnung mit dem „Stadl“ durch die Teilnahme an der Live-Übertragung in Bruck a. d. Mur (5. März 2005) wurde mir klar, dass die Durchführung des Projektes auch einen gewissen Sinn für Humor verlangt. Nur damit lässt sich – aus einer ästhetischen Perspektive – die Divergenz zwischen dem persönlichen Geschmack der Forscherin und jenem des Zielpublikums bzw. dem Sendungscharakter überbrücken. Darin sehe ich aber zugleich eine Chance der Methode des „fremden Blicks“ in der Untersuchung umstrittener Kulturphänomene, i. d. S. dass sie zu ihrer Entdämonisierung in der erforschten Kultur führen kann.

Die Lust an der Show in Bruck an der Mur: ein erster Erfahrungsbericht

Hier ein Fragment der Aufzeichnungen, die die unmittelbaren Eindrücke nach der Teilnahme an der Live-Übertragung in Bruck a. d. Mur (5. März 2005, zwischen 20.00–22.30 Uhr) dokumentiert:

Wir suchen die Sporthalle. Ein Mitglied des ORF-Teams schleust uns ein, von einer Seitentür. Wir erhalten vom ORF die versprochenen Freikarten (51 €) und einen Passierschein. Mittels dieses schnuppere ich im Keller der Sporthalle, wo die Kabinen der Musiker und des Produktionsteams sind und wo ich wieder Moik, mit dem wir mit dem Auto des ORFs zur Sporthalle gefahren sind, auf dem engen Korridor begegne. Ich beobachte das Publikum. Es sind sehr viele, und auffällig viele in Tracht. Alle Sozialschichten sind dabei, von Arbeitern bzw. vermutlich Bauern bis zu lokaler Prominenz, allerlei Pensionisten, Großvater, Vater und Kind, alte Freundinnen, Mutter und Tochter (manchmal auch Enkelin), junge Paare, Eltern der Musiker usw. usf. Dabei herrscht die Atmosphäre eines Schulfestes; an sich ist es nicht viel anders als bei einem großen Familienfest. Auf der Bühne steht ein kleiner Tisch mit einem mageren Angebot an den üblichen Kitschdevotionalien: Franz Josef und die junge Gemahlin. Prominent auf der Bühne ein großes rotes Herz mit „Ich liebe dich“. Der Kitsch ist klischeehaft wie es nur ein illustriertes Lehrbuch sein kann.

Der Regisseur kommt erst kurz vor Beginn der Aufführung, sehr unauffällig, hätte ich ihn nicht von den Fotos her gekannt, ich hätte ihn nicht bemerkt. Eine Viertel Stunde lang läuft die Sendung ohne Moik, mit einem jüngeren Chormitglied als Moderator. Plötzlich fängt die Musik an, von Null auf Hundert, ohne allmähliche Einstimmung, als ob Aufputzmittel

direkt intravenös eingeführt würden, alles ist sehr laut und rege. Das Publikum muss jedoch bereits darauf eingestellt sein, weil es sofort auf das Signal hin mit Händen und Füßen reagiert. Ein Mal wird auch der heftige Applaus für den Eintritt Moiks geübt, sowie auch ein paar Gesten, mehr Gymnastikbewegungen („Jetzt, Hände hoch!“); mir wurde erklärt, man dürfe nur noch jetzt Getränke holen – nach dem Anschauen der Videokassetten mit der Sendung hatte ich mir ausführlichere „Regieanweisungen“ vorgestellt. Und auch während der Aufführung wird spontan und ungehemmt Begeisterung gezeigt, keine Initiative des Publikums wird geschnitten, kein Animationsbedarf ist spürbar. Die Musik und das Show werden schlechthin genossen.

Eine Viertel Stunde nach dem Beginn kommt Moik herein und erst ab jetzt wird live übertragen. Vielleicht ist es die Grippe, die ihn fast durchgehend so lustlos macht. Seine Präsenz ist nur schwach spürbar, er macht seinen „Job“ mit möglichst wenig Kraftaufwand. Die Sendung ist leider sehr langweilig, nach einer halben Stunde habe ich Kopfweg und kann mich des Gähnens nicht enthalten. Am besten waren die TänzerInnen (mit dem Bus aus Berlin angereist) trotz der schlichten und ziemlich einfallslosen Choreographie eines Herren, der wie ein älterer italienischer Zuhälter aussah (bzw. eher wie man sich einen solchen vorstellt). Eine attraktive Schweizerin in einem figurbetonten Kleid in Orange singt für einen alten Herren mit Glatze. Eine kleine Gruppe von Blasmusikern spielt „Meine Mama hat ein Moped gewonnen“. Wolfgang versichert mir, dass sie gut spielen. Ein junger Blinder spielt Panflöte, erzählt, wie er plötzlich das Sehvermögen verlor – und bruchlos ganz genau wie viel sein Hund kostete. Die älteren Damen sind zu Tränen gerührt. Am Ende will ihn der Moderator zum Ausgang begleiten (der erschrockene Hund hatte sich unter dem Tisch versteckt); der Musiker fügt noch hinzu, dass ihm – telefonisch kontaktiert – der Finanzminister keinen Erlass der Mehrwertsteuer für seinen teuren, speziellen Computer erteilt hätte. Empörung im Saal. Betroffene Großmütter: „Um Gottes willen!“.

Zweieinhalb Stunden ohne Pause, ohne Klimaanlage, gleichsam unter Belagerung des starken Blumenduftes (die Werbung für Fleurop ist die einzige während der Sendung) – und besonders heiß, schwül, schweißtreibend. Hinter mir sitzt ein alter Herr in Tracht; er verhält sich ganz brav und schaut nur verbissen vor sich hin. Er applaudiert nicht, sagt nichts. Ein anderer Mann in derselben Reihe wie wir sitzt nach vorne gebeugt und kaut stundenlang im genauen Rhythmus der Musik. Seine Frau kaut mit, allerdings weniger „musikalisch“. Viele singen mit, kennen die Verse auswendig. Sogar die Schüchternen trauen sich nach einiger Zeit immerhin vor sich hin zu murmeln. Es wird geschunkelt. Ich wehre mich dagegen; etwas sträubt sich in mir, Erinnerungen an alte Zeiten, in denen „Mitmachen“ Pflicht war. Ich schaue mir die Aufführung im Ernst an und ab und zu, wenn die Kamera sich in unsere Richtung zu richten droht, mache ich eifrig Aufzeichnungen, damit sie sich abende. Der „Vati“ eines Musikers steht mit der „Mutti“ auf, wenn die Band des Sohnes eine Art modernisierte Volksmusik spielt, und ermuntert die anderen, ebenfalls aufzustehen und Stimmung zu machen. Ich verstehe kaum ein Wort. Hin und wieder werden Plakate von Lokalvereinen gezeigt. Neben den Tischen tanzt, das beeindruckt mich, eine Frau – in und mit ihrem Rollstuhl. Sie dreht ein leuchtendes Spielzeug in der Hand. Ein anderer hält ein Feuerzeug in der Hand. Moik macht nur wenige Interventionen, präsentiert drei Gruppen in einem, findet seine Worte nicht, auch bei den Witzen scheint er eher abwesend zu sein. Dennoch kann er mit den Kindern umgehen und kennt sein Publikum recht gut. Als er sich einmal an den Rand hinter die Kameras zurückzieht, um sich auf einem Schaukelpferd zu erholen, nähert sich ihm die Rollstuhlfahrerin und bittet ihn um ein Autogramm. Sie erhält es sofort.

Ein noch langweiligerer Teil folgt, in dem sogar das Publikum lethargisch wirkt. Eine Frau aus „Ostdeutschland“, sagt Moik, „aus den neuen Bundesländern“, korrigiert die Dame in weißem Anzug und Lamé-Bluse, sie singt über sich und ihren Mann, wie sie sich schön für ihn gemacht hat, zum Coiffeur ging usw. Das Publikum wird nicht angesprochen, auch wenn die Dame – die jetzt mit über fünfzig ihre erste CD herausbrachte – fröhlich tanzend mit der Kamera kokettiert. Der Bürgermeister war schon da, die lokale Blasmusikkapelle auch. Jetzt tauchen andere Berliner – als Mexikaner getarnt – auf und singen den

italienischen Schlager „Marina“ (aus den 60er Jahren!), allerdings auf Deutsch, mit spanischem und englischem Refrain. Auch eine Amerikanummer mit Cowboys fehlt nicht. Aus der Reihe fällt ein Videoclip mit einem Popmusiker aus Island: Der Musikanten-Stadl wird im September dorthin fahren. Moik im Dialog mit dem englisch-deutsch sprechend-pfeifenden Roger Whittaker: Moik bringt „Where?“, „When?“, „Why?“ heraus. Bei der Übersetzung aus dem Englischen wird es schwieriger; Whittaker schaltet sofort ins Deutsche um.

Als schon fast alle gegen die Müdigkeit ankämpfen, betritt schließlich Hansi Hinterseer die Bühne, der Himmel wird – wie es in seinem Lied heißt – wieder hell, man klatscht, schreit, singt mit, ja schunkelt wieder. Hansi wird von den Damen gestürmt, eine Fünfzigjährige zeigt ihm ein Polster, worauf „ihr“ Hansi in einem Herzabziehbild abgebildet ist, eine andere stärkere Dame, offenbar erst vor kurzem vom Hairstyling gekommen und im gold-silbernen Lamé angezogen, überreicht ihm Blumen. Nur eine traut sich, ihn zu küssen, die anderen unterbrechen seinen Gesang nicht, auch wenn alles Playback ist. Sein Berliner Plattenmanager belohnt ihn mit einer großen Plakette für die Millionen verkaufter Platten. Hansi lächelt süß, macht Witze, animiert das Publikum während der Lieder dazu, Gymnastikübungen wie beim Schifahren zu machen, und er singt über Jessica, die keine andere als seine heiß geliebte Tochter ist. Auch Moik kommt mit seiner Enkelin, auch der Sohn des Regisseurs traut sich vor die Kamera. Am Ende versammeln sich alle auf der Bühne. Draußen bei der Garderobe erklärt eine junge Frau etwas auf Englisch einer Gruppe.

Hinter mir höre ich: „So scheen war’s!“ . Wir drehen uns um, fragen das ältere Paar nach dem Weg zum Hotel; sie erklären uns diesen ausgesprochen freundlich, begleiten uns sogar eine Weile. Wolfgang fragt sie, ob sie das erste Mal im Stadl gewesen seien: „Ja, ein Geburtstagsgeschenk für meinen Mann.“

Ästhetische vs. soziologische Relevanz

Dürfte die künstlerische Qualität dieser oder ähnlicher Sendungen durchaus in Frage gestellt werden, so bestreitet das keineswegs ihre soziologische Relevanz. Dabei führen die Diskussionen über die Relativität des Geschmacks in eine Sackgasse. Einerseits ist der ästhetische Wertbegriff per definitionem elitär, auch wenn wohlgerne nicht sozial elitär. Das Publikum des Musikanten-Stadls wird von den interviewten Gegnern oft als „primitiv“ bezeichnet. Andererseits verlangt der demokratische Charakter der Medien, alle Geschmacksrichtungen in einer grundsätzlich segmentierten Gesellschaft zu vertreten und rechtfertigt somit die Präsenz solcher Sendungen. Und trotzdem darf die Wertfrage in der Kunstproduktion nicht allein der Sozialtheorie überlassen werden (nach dem Prinzip: „millions can’t be wrong“): Einschaltquoten und Umsatzbeträge besagen nichts, weder im Positiven noch im Negativen geben sie Auskunft von der künstlerischen Qualität. Und umgekehrt ist der Rückfall in eine normative Kunsttheorie, die dem Publikum seinen „richtigen“ Geschmack kanonisch vorschreibt, ebenfalls zu vermeiden.

3. Der ästhetische Blick: Kitsch!

Die Sendung „Musikanten-Stadl“ in ihrer gegenwärtigen Gestaltung fällt unter Kitschverdacht. Ein Vergleich mit früheren Aufnahmen wird zur Überprüfung dieser Hypothese dienen; eventuelle Stiländerungen, wie z. B. die Wandlung einer ursprünglich für eine klar definierte Zielgruppe konzipierten Sendung in eine Sendung mit einem potpourrimäßigen Profil (nach dem Motto: für jeden Geschmack etwas) werden nicht ausgeschlossen. Gründe werden dafür gesucht, Antworten werden auch von den geplanten Interviews mit den Sendungsmachern erwartet.

Das Phänomen Kitsch und das Wort selbst stammen aus Bayern und Österreich, d. h. gerade aus der deutschsprachigen alpinen Kultur. Der Kitsch ist sentimental und „picksüß“, penetrant und klebrig, sensationell und „rühr-selig“ (i. d. S. dass der Rezipient seine eigene Rührung genießt), schließlich „unfrei“ und „pseudotranszendent“, ästhetisch „unrein“ und suspekt⁷. Die Stimmungsbetontheit des sog. „schmalzigen Kitsches“⁸ trug zur Herausbildung eines anti-affektiven Komplexes in Österreich und Deutschland bei; folglich vermeiden die Avantgarde und die „echte“ Kunst möglichst das Gefühl, was die Reaktion gegen ihre Spröde und Kühle – und damit den Kitsch – nur noch verstärkt, wie in einem Teufelskreis. Das Pathos selbst, mit dem Intellektuelle und Kunsttheoretiker gegen den existentiell billigen Kitsch im Namen der Eigentlichkeit auftreten, riecht nach dem Innerlichkeitskult; die sorgfältige Verwerfung der ästhetischen „Unreinheit“ des Kitsches erinnert an manchen kleinbürgerlichen Waschzwang – der Antikitsch-Kreuzzug droht selbst kitschig zu wirken. Wie ist dieser Gefahr zu entkommen? Und wer ist autorisiert, dem anderen (seinen) Kitsch vorzuwerfen?

Eine strukturelle Kitschanalyse

Orientieren wir uns weniger an den Zuständen des Subjektes (um damit nicht zu moralisieren), sondern eher an den Merkmalen des Objektes in einer strukturell-ästhetischen Analyse des Musikanten-Stadls, so finden wir Anhäufungen von Gegenständen und musikalischen Auftritten, eine synästhetische Überfülle (Essen, Musik, schöne Bilder und Menschen, betörender Blumenduft etc.) mit dem Endzweck einer Genussmaximierung. Die Antifunktionalität⁹ (das Bühnenbild evoziert einen ländlichen Stadl, in dem die Arbeitssymbole fehlen, der „Wastl“ ist ein Plüschtier-Dackel), gelegentlich die unangemessene Dimensionierung (eine heimelige Atmosphäre lässt sich sehr schwer in riesigen Sälen inszenieren) – geschweige denn die Musikqualität, ihre Originalität und semantische Redundanz – sind weitere Merkmale, die oft im Zusammenhang mit dem Kitsch im Allgemeinen erwähnt werden (Moles, Kulka etc.).

Nicht zuletzt scheinen in dieser Sendung psychologische Mechanismen am Werk zu sein, die allerdings auch sonst in der konservativen Hochkultur anzutreffen sind. Damit sind hier hauptsächlich die Regression und die Projektion¹⁰ gemeint: Die Erstere ist in der Sehnsucht nach einer heilen, vergangenen Welt, im Kindheitskult und u. U. in einer Regression ins orale Stadium (das allerdings wieder ein allgemeines Merkmal der *Konsumkultur* darstellt) wieder zu finden. Die Projektion bezeichnet die Idealisierung; meistens wird sie durch die Identifizierung mit einem vorbildlichen männlichen Held vollzogen. Beide Mechanismen als mögliche Erklärungen für den Sendungserfolg wurden bisher durch Interviews mit ÖsterreicherInnen und mit VertreterInnen der deutschen Minderheit in Rumänien bestätigt. Zudem wäre zu untersuchen, inwiefern der Moderator bewusst oder stillschweigend als Identifikationsfigur für eine bestimmte oder für mehrere

⁷ Ludwig Giesz, *Phänomenologie des Kitsches*, München: Fink, 1971; Frankfurt/M.: Fischer, 1994.

⁸ Hans-Dieter Gelfert, *Was ist Kitsch?*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2000.

⁹ Zur Anhäufung, Synästhesie und Antifunktionalität als Kitschprinzipien siehe u.a. Abraham Moles, *Le Kitsch: L'art du bonheur*, Paris: Maison Mame, 1971; dt. (leicht verändert) *Psychologie des Kitsches*, München: Hanser, 1972.

¹⁰ Zum Kitsch als Regression, Projektion und Fixierung siehe Gelfert, a. a. O., 65 ff., 84 ff. etc.

Generationen dient (im Zusammenhang mit dem vorwiegend hohen Alter des angesprochenen Publikums).¹¹

Kitsch-Art und volkstümliche Musik

Auch ein Vergleich zwischen der Musik und den bildenden Künsten wird angestrebt: Lassen sich Gemeinsamkeiten zwischen dem Boom der Volks- und volkstümlichen Musik in Deutschland und Österreich einerseits und der Kitsch-Art, die in den letzten zwanzig Jahren in Museen und Kunstgalerien ihren Platz fand, sowie auch dem Kult der fünfziger Jahre im Design und im Lebensstil andererseits feststellen?¹² Warum ist mancher Kitsch „in“, einschließlich oder besonders bei den jungen Menschen im städtischen Milieu, und warum wird ein anderer Kitsch von denselben Rezipienten verabscheut? Lassen die Entwicklungen in der Gegenwartskunst die Anhänger der volkstümlichen und der neuen Volksmusik hoffen, dass einmal auch ihre Produktionen Eingang in die Konzertsäle finden werden?

Nicht zuletzt hat die unter dem Kitschverdacht stehende Musikkommerzialisierung nicht erst mit der sog. Musikanten-Stadl-Ära, sondern bereits mit der Tourismuskultur des 19. Jahrhunderts begonnen, zeigten österreichische Musikhistoriker¹³. Und umgekehrt: Die „hohe“, „echte“ Kunst selbst gerät durch epigonale Verzerrungen und Übertreibungen in die Nähe des Kitsches (wofür das Barock und die Romantik beispielhaft sind.)

4. Zwei Entfremdungen und keine Mitte?

Die Debatte um die Authentizität

Vor dem Hintergrund eines solchen dynamischen Kunst-Kitsch-Verhältnisses wird auch der Umgang von österreichischen Künstlern mit der Volkskultur und besonders ihre Einstellung zum Musikanten-Stadl-Phänomen untersucht. Die Sendung wurde seit ihrem Anfang von Volkskundlern (etwa von Walter Deutsch¹⁴) als „unecht“ und als „volkstümliche“ Musik abgestempelt. Hinter dem Gegensatz zwischen der „authentischen“ Volksmusik und der populären Pseudo-Volksmusik verbirgt sich die

¹¹ S. die von Sinus-Milieu® Austria / TELETEST herausgegebene Studie Die Sinus-Milieus® in der österreichischen TV-Bevölkerung, 2004.

¹² Gregory Fuller, *Kitsch-Art. Wie Kitsch zur Kunst wird*, Köln: DuMont, 1992; Konrad Paul Liessmann, *Kitsch! Oder warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist*, Wien: Brandstätter, 2002.

¹³ Christian Glanz, "Von der Belanglosigkeit der ästhetischen Schlachtbank zur volkstümlichen Musikkultur in Österreich", in: Sommerakademie Volkskultur 1992, 22. August - 4. September 1992. Altmünster/Gmunden, Oberösterreich. Dokumentation, hg. v. Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung, Bundesministerium für Unterricht und Kunst, Österreichisches Volksliedwerk, 155 ff.

¹⁴ Vgl. Eva Mang, *Das große Stadl-Buch. Eine Show schreibt Fernsehgeschichte*, Edition Stars & Stories, Verlag 66, 2004.

Auseinandersetzung um die (In-)Authentizität eines Individuums oder einer Kultur. Ist diese Distinktion in der Erlebnisgesellschaft¹⁵ noch möglich?

Das „fremde Ohr“ nimmt jedenfalls die Differenz zwischen „echt“ und „unecht“ zumeist erst indirekt, über musikwissenschaftliche *Interpretationen* durch Vertreter der untersuchten Kultur wahr. Dazu dienen die Interviews mit österreichischen Musikwissenschaftlern und Musiksoziologen, die im Rahmen dieses Projektes durchzuführen sind. Hier wird auch ein Unterschied zwischen Ausländern erwartet, i. d. S. dass sich die Migranten eher für die Gegenwart der Gastkultur, für ihre lebendigen Gebräuche und aktuellen Kulturproduktionen interessieren, während der „authentische“ Zustand derselben Kultur, vor allem in seiner musealen Form, eher den (Gast-)Wissenschaftlern und den Touristen überlassen wird. Im konkreten Fall des Musikanten-Stadls teilten mir allerdings rumänische Migranten mit, die seit längerer Zeit in Österreich leben, dass sie von der Sendung nicht angesprochen fühlten, weil sie „nicht einmal“ Volksmusik, sondern eine „universale Volksmusik“ vermittelt, die teilweise mit der *country music* vergleichbar sei (so etwa I.T., freischaffender Künstler, A.P., Dipl. Ing. etc.).

Zwischen Bruck an der Mur und Mürzzuschlag

Die zwei Ortschaften, wovon die Letztere die Geburtsstätte Elfriede Jelineks ist, stehen hier konventionell für die Heimatromantik bzw. für die jeder Heimatidylle gegenüber kritische Kunst. Im Unterschied zur rumänischen modernen Kultur, die bewusst auf der Basis der Volkskultur aufgebaut wurde, ist in Österreich die scharfe Kritik der Herkunftskultur ein markantes Kulturphänomen. Beide Phänomene – Verkitschung der Volkskultur und politisch-engagierte und kritische Kunst – sind voneinander nicht zu trennen. Beide stellen Formen der Entfremdung von der Bauernkultur dar, auch wenn sie in gegensätzliche Richtungen führen: Idealisierung vs. Naturalismus, Idylle vs. Zynismus, Harmoniebedürfnis vs. Provokation und Entlarvung eines latenten Gewaltpotentials, sprachstilistische Konventionalität und Kargheit des Wortschatzes (Moiks „Interviews“) vs. raffinierte Sprachspiele, „pittoresker“ Dialekt vs. bewusst nüchterne und spröde Hochsprache und (Abstand nehmendes) Zitieren des Dialektes, Niedlichkeit vs. Grotteske, zum Teil vulgäre Witze vs. Ironie und Feminismus, etc. Die zur Schau gestellte Romantik schließt sexistische Klischees nicht aus; in einer Genderanalyse wird besonders der Positionierung der weiblichen Sendungsfans Aufmerksamkeit geschenkt.

5. Wiens Saturday's night fever: Ein zweiter Erfahrungsbericht

Der große Publikumserfolg des Musikanten-Stadls wurde von den Interviewten auch durch das eher spärliche Kultur- und Unterhaltungsangebot in den Kleinstädten erklärt, wo die Sendung gastiert, so dass der Besuch eines ORF-Teams – wie früher des Zirkus – unbedingt mit der eigenen „live“-Anwesenheit belohnt werden muss. Ändert sich dann etwas in den Großstädten?

Am 23. April 2005 wurde der Musikanten-Stadl auf ORF 2 aus Füssen gesendet. Während der Sendung habe ich Gasthäuser, Eckbeisln, Cafés, Schnitzelhausketten, Kebabhäuser und andere Lokale, einschließlich traditionsreiche Wirtshäuser (wie *Zum*

¹⁵ Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt a. M., New York: Campus, 1997.

Bierfinken, wo auch Wiener Lieder gesungen werden, oder *Birner* an der Alten Donau) in verschiedenen, ausgewählten Wiener Bezirken (21., 18., 17., 16. und 15. Bezirk) besucht. Geplant hatte ich, ein Lokal zu finden, wo der Musikanten-Stadl gerade angeschaut wird, um dort teilnehmende Beobachtung zu betreiben und Gespräche zu führen. Dabei wurden zumeist die eher noblen Restaurants und die nur von Migranten besuchten Lokalen gemieden. Die Alternativsendungen zum Musikanten-Stadl in den deutschsprachigen Fernsehkanälen waren *Die Millionenshow* und ein amerikanisches Melodram mit Richard Gere (ORF 1), eine deutsche TV-Komödie (2005), ein amerikanischer Actionfilm, gefolgt von einer Fußballshow (ATV), und die Sendung *Wer wird Millionär?* (SAT 1, Österreich). In den fast 30 besuchten Lokalen, die mit Fernsehgerät ausgestattet waren, wurde in *keinem* der Musikanten-Stadl angeschaut. Zahlreiche Cafés oder Beisln am Eck hatten Samstagabend geschlossen, und das Schutzhaus der „Kleingartenanlage Blumenfreunde“ im 21. Bezirk schließt um exakt 20.00 Uhr, eine Viertel Stunde vor dem Beginn des Hauptabendprogramms und damit Sendungsanfang), zumeist liefen Fußballspiele, Filme und Talkshows im Fernsehen. Gelegentlich verdoppelte den Fernseher eine laute (etwa italienische oder „jugoslawische“) Musik. Oder das TV-Gerät wurde überhaupt ausgeschaltet, damit ein paar Männer in Ruhe Karten spielen konnten.

Wie lässt sich nun die beobachtete Situation interpretieren? Dass in Wien der Musikanten-Stadl nur wenig angeschaut wird? Oder dass in den öffentlichen Lokalen am falschen Ort gesucht wurde? Dass das Fernsehen eine private Angelegenheit der Österreicher ist und sogar mit Treffen mit Freunden oder mit Familienfesten unvereinbar ist? Vorläufig wird damit die Hypothese unterstützt, dass Unterhaltungssendungen à la Musikanten-Stadl einen *Gemeinschaftersatz* bieten.

6. Selbstbild und Fremdbild

Die Imagologie entwickelte sich im Ausgang von den Literaturwissenschaften und untersuchte, wie die Fremden, zumeist die Nachbarvölker, in den nationalen Literaturen betrachtet werden. Ähnlich werde ich im Musikanten-Stadl Bilder der Fremden in den Liedern, in den Dialogen mit den Musikern und in den Kurzfilmen über den Gastort suchen. Warum steht der Moderator im Ruf eines „Beleidigers der Nationen“ (vgl. Zeitungsberichte), betont er doch immer wieder die Brücken überschlagende Rolle der Musik? Besonders werden hier die Auslands-Stadl beachtet, z. B. die persönliche Begegnung der Sendungsmacher mit Ausländern. Warum wird die Fremde über ethnische Idealtypen bzw. Klischees in deutschsprachigen Liedern gefiltert? In welchen Sprachen wird gesungen oder gesprochen? Wie artikuliert sich die doppelte Moderation von Karl Moik und der jeweiligen einheimischen Moderatorin bei den Auslands-Stadln? Ist der bisherige Eindruck eines Pseudo-Multikulturalismus, der durch die Sendung propagiert wird, begründet?

„Warum bleiben wir in der Provinz?“

Die Fans, die in großer Zahl den Musikanten-Stadl bei seinen Auslandsauftritten begleiteten, äußerten gelegentlich eine gewisse Angst vor der Fremde, i. d. S. dass sie ins Ausland nicht ohne das Team Moiks als Rückhalt reisen würden. Diese Reaktion wird mit Rumänien kontrastiert, wo sich die ältere Generation in der Regel kaum leistet, ins Ausland zu fahren, während die jüngeren Generationen sich ausgesprochen offen für Auslandsreisen und -erfahrungen zeigen.

Was begründet die Scheu vor einem unmittelbaren Kontakt mit der Fremde beim Stadl-Publikum? Um hier Heidegger als Modernitätskritiker zu zitieren: „Warum bleiben wir in der Provinz?“¹⁶ Weil das Interesse am Ausland fehlt, wegen finanzieller Einschränkungen – oder ist die Beschäftigung mit sich selbst eine Folge des Alters? Auch negative Lebenserfahrungen mit Ausländern (Kriegserinnerungen?) und mangelnde Fremdsprachenkenntnisse können Unsicherheit oder Vorsicht im Kontakt mit Ausländern hervorrufen. Das Konsumpotential wurde zwar erweitert durch die Steigerung des Realeinkommens und der Zeitressourcen, doch scheint sich die Wohlstandsgesellschaft viel rascher weiterentwickelt zu haben, als dies die Einzelnen auch nachvollziehen können. Es wird u. a. nach einem möglichen Zusammenhang zwischen der Vorliebe für Volksmusik und volkstümliche Musik und dem Urlaubsverhalten gesucht (als Urlaubsziel: die Heimat oder meistens ein deutschsprachiges Land; Reisen ins Ausland werden vorwiegend in organisierten Reisegruppen unternommen, wo dann wieder das Bekannte, das Eigene in der Fremde, angetroffen wird).

7. Konstitution der Identität

Integrationsprozesse und Regionalismus

Eine vorläufige Arbeitshypothese lautet, dass der langjährige große Erfolg des Musikanten-Stadls und ähnlicher Sendungen u. a. auch durch ihren Beitrag zur Konstitution einer gemeinsamen Identität der Zuschauer erklärbar sei, wobei sich dann die Frage stellt, wie die Identitätsstufen (lokal, Bundesland, national, regional-europäisch) miteinander verschränkt sind. Der Boom der Volksmusik und ähnlicher Genres in Österreich und Deutschland in den letzten Jahren lief parallel mit dem Prozess der europäischen Integration, mit den sukzessiven EU-Erweiterungswellen und mit einer zunehmenden Globalisierung; daher könnte die „Rückkehr“ zur regionalen Kultur als die Reaktion eines Bevölkerungssegmentes gelesen werden, das durch alle diese erwähnten Öffnungen und Erweiterungen ihre eigene Kultur und Identität bedroht sieht. Zudem wird erwartet, dass solche Tournen, wie sie der Musikanten-Stadl seit fast 25 Jahren durch Österreich und Deutschland unternimmt, nur in einer stark regional geprägten Gesellschaft (die dementsprechend autonom in der Verwaltung ist) Erfolge feiert, in der die Großstädte und vor allem die Hauptstadt das Interesse am lokalen Kulturkalender und an den lokalen Traditionen nicht verdrängt haben.

Individuelles und kollektives Gedächtnis

Zweifellos spielen Erinnerungen in der Konstitution jeder persönlichen und kollektiven Identität eine wesentliche Rolle, die oft über Rituale und feste Strukturen bildende Wiederholungen gestiftet wird. Dabei kann mancher junger Zuschauer des Musikanten-Stadls den Eindruck gewinnen, dass das Publikum der Wiederholung längst bekannter Jugendschlager und Volkslieder einmal überdrüssig wird. Darauf entgegneten mir nicht nur einmal österreichische Gesprächspartner, dass gerade darin ein Schlüssel zum Sendungserfolg liege (R. G., Soziologe): Wichtig sei, dass sich nichts ändere, dass das Publikum, der Moderator und eventuell auch die Musiker „gemeinsam alt werden“.

¹⁶ Martin Heidegger, "Schöpferische Landschaft: Warum bleiben wir in der Provinz?" (1933), in: *Aus der Erfahrung des Denkens, 1910–1976*, Ga 13, Frankfurt a. M.: Klostermann, 9–14.

(M. W., Chefsekretärin eines Generaldirektors in Wien): Urlaubs- und Jugenderinnerungen fließen hier zusammen.

Kritiker könnten dahinter einen Lebensstil vermuten, dessen höchstes Ideal das Wohlbefinden ist. Vorgefertigte „Gerichte“ werden musikalisch konsumiert; Innovation ist weniger bedeutsam als die Selbsterhaltung und das Gefühl der Bestätigung eigener Überzeugungen; die Auseinandersetzungen (mit einer widerspruchsvollen Wirklichkeit, mit einem inhaltlichen Thema, mit fremden Bedürfnissen) werden sorgfältig vermieden. Erwartungsgemäß dürfte das Publikum des Musikanten-Stadls im Großen und Ganzen dasselbe wie in den Wellness-Zentren sein. Allerdings muss sich zwischen den deklarierten Fans und den Gegnern des Musikanten-Stadls auch jene breite Publikums-kategorie erstrecken, die sich am Samstagabend von einem nicht anstrengenden Fernsehprogramm musikalisch wie von einem Zimmerbrunnen berieseln lässt, ohne diesem die ganze Zeit volle Aufmerksamkeit schenken zu müssen. Eine mögliche Gefahr in der Durchführung des Projektes sehe ich in der Projektion von (eventuell ideologischen) Inhalten; in diesem Sinne fungieren die Interviews und die das Projekt ergänzende wirtschaftliche und quantitative Studie als ein pragmatisches Korrektiv.

Identitätsfaktoren

Für einige Zeit stellte sich der Musikanten-Stadl als ein Botschafter Österreichs im Ausland dar; die Auslands-Stadl-Sendungen genossen sogar eine offizielle Unterstützung in der Erfüllung dieser Rolle. Eine Sendungsanalyse wird die folgenden Elemente hervorheben: die Sprache (Hochdeutsch vs. Dialekt); die Tracht; die Musik (wodurch sich Österreich auch auf kulturpolitischer Ebene im Ausland präsentiert) und der Titel als (auch offizieller) Namenteil. Diese bilden die Publikumsidentität und verstärken das Selbstbewusstsein, bestätigen seine Legitimität und erwecken Vertrauen. Das in Tracht gekleidete Publikum setzt damit ein Zeichen der Solidarität mit den Musikern; das Gegenteil gilt von jenen österreichischen Künstlern (wie Marlene Streeruwitz), die die Tracht parodistisch zur Schau stellen oder sie öffentlich zerstören. Die Verleihung des Professorentitels an Karl Moik im Jahr 2004 und die Bestürzung der österreichischen Akademiker darüber, wenn dies ihnen zur Kenntnis gebracht wird, bestätigt die Bedeutung des Titels; komische Momente aus den Auslands-Stadln entlarven das Lächerliche dieser Eitelkeit.

Zu einem Identitätsmittel haben sich aber auch die Medien entwickelt: Die Sendung wird vor einem *public eye* inszeniert, der traditionell geschlossene Charakter der Dorffeste eröffnet sich einem vagen, unsichtbaren und potentiell unbegrenzten Publikum. Dabei versuchen die Grüße des anwesenden Publikums nach Hause vor der Kamera auf eine befremdende Art und Weise, ein solches abstraktes, allwissendes, allmächtiges und allgegenwärtiges Gottesauge zu personifizieren und konkretisieren: Die weite Öffnung hinter der Kamera wird sofort durch die Bilder der Bekannten wieder eingengt bzw. geschlossen. Die Kamera spielt somit eine ambivalente Rolle: sie ist zugleich das Symbol der Kontrolle und der Demokratie (nach dem Motto Warhols: Es wird eine Zeit kommen, in der jeder für 15 Sekunden berühmt werden kann.)

Das veranlasste R. S. (Bundesbediensteter in Wien, Absolvent der Theologie, selbst tätig im Bereich der E-Musik), bei aller seiner positiven Meinung vom Musikanten-Stadl, von der „Pornographie“ der Medien zu sprechen. Der Musikanten-Stadl ist nach ihm selbst nichts anderes als ein „fremder Blick“ auf die Volkskultur.

1992 wurde das typische Musikanten-Stadl-Publikum wie folgt beschrieben:

„[...] ein eher älteres Publikum, zum Großteil älter als 50. Mehr Frauen als Männer. Eine speziell interessierte Gruppe sind Landwirte und Hausfrauen, deren Kinder schon aus den Kinderschuhen heraus sind. Niederösterreicher schauen am liebsten, die Wiener am wenigsten. Und: Immerhin 11 % aller Kinder (mehr als 90.000 Kinder) schauen den Stadl an, wobei die Tiroler Kinder die größten Fans sind (22.1 % aller Tiroler Kinder schauen ‚Musikanten-Stadl‘).“¹⁷

Hat sich inzwischen etwas an der Publikumsstruktur geändert? Um diese Frage zu beantworten, beabsichtigen wir auf den Erfahrungsschatz des ORF zurückzugreifen. Die hinter dem Fernsehkonsumverhalten liegenden Motivationen werden auch in persönlichen Gesprächen, sowohl mit Anhängern als auch mit „Gegnern“ der Sendung, gesucht.

Die Identität wird durch Wiederholungen und Rituale gefestigt. Auch der Musikanten-Stadl – durch die Konstanten seiner Dramaturgie und Inszenierung (Moderator, Bühnenbild, Maskottchen, Auftritt der lokalen Blaskapelle usw.) – schafft einen vertrauten Rahmen, in dem sich der Zuschauer zurechtfinden kann und Erwartungen erfüllt werden. Die Treue nimmt wahrscheinlich eine hohe Stellung im Wertesystem der Stadlfans ein, genauso wie die Familie. Der Schock des Neuen wird durch Remakes abgefedert; die Überraschungen sind fein dosiert. Die emotionale Bindung der Rituale, vor allem bei den älteren Generationen, darf nicht unterschätzt werden. (Das Phänomen „Seriensucht“ kompensiert die Angebotsexplosion und den Freizeitstress mit seiner Qual der Wahl.) Dem verunsichernden Wertpluralismus innerhalb derselben Gesellschaft wird das Bild einer globalen Harmonie der deutschsprachigen Musik über Dialekte, Sprachen und Völker hinweg entgegengesetzt.

8. Anhang: Überlegungen für einen Vergleich mit Rumänien

Planung der Interviews

Interviews werden nicht nur in Österreich, sondern auch in Rumänien durchgeführt. Die Zielgruppen befinden sich in Rumänien in:

- Satu Mare: Kleinstadt, Zentrum der Szathmarer Deutschen, alle Altersgruppen
- Cluj-Napoca: 350.000 Einwohner, gilt als (Kultur-)Zentrum Siebenbürgens.

Interviews wurden hier bereits mit Studenten einer der deutschsprachigen Abteilungen der Universität Babeş-Bolyai im März 2005 durchgeführt. Die Befragten stammen sowohl aus ländlichem als auch aus städtischem Milieu, meistens aus Gegenden, wo enge Kontakte zur deutschen Minderheit bestehen. Ihr Durchschnittsalter beträgt etwa 22 Jahre; die Mehrheit ist weiblich. Die meisten haben Ungarisch, wenige Rumänisch als Muttersprache. Sehr wenige hören überhaupt Volksmusik in ihrer Freizeit und keine/r deutsche Volksmusik. Eine einzige Person hatte von der Sendung gehört, keine hatte die Sendung jemals gesehen, keine wusste, auf welchem Fernsehkanal sie gesendet wird. Das gemeinsame Anschauen einer

¹⁷ Peter Hofbauer (ORF), "Allweil lustig...' Volkskultur in den Medien. Fernsehen", in: *Sommerakademie Volkskultur 1992*, a. a. O., 208. Zu den Einschaltquoten von Musikanten-Stadl zwischen 1981 und 1994 siehe auch Peter Andreas Obermüller, *Volkskultur im Fernsehen. Analyse volkultureller Darstellungsformen in ausgewählten Sendungen des Österreichischen Fernsehens von 1955 bis 1995*, Dissertation Universität Salzburg, 1995, 160–163.

Videokassette führte zu sofortiger (durch die späteren Diskussionen bestätigter) Ablehnung der Sendung und ihrer Verlogenheit. (Heftige Reaktionen löste die Aussage Moiks aus, wonach alles live gespielt werde, weil alles andere Betrug am Publikum wäre). Ästhetisch wurde die Sendung als „kitschig“, „aufgesetzt“, „kommerziell“, „übertrieben“ und „nicht authentisch“ be- bzw. verurteilt. Keine eindeutigen Resultate ergab die Frage, ob eine solche Sendung etwas Typisches für die deutsche oder für die österreichische Gesellschaft (bzw. für bestimmte Regionen) zeigt. Die Sprache war „schwer verständlich“, die Witze wurden überhaupt nicht goutiert.

- Sibiu (Hermannstadt): lange Zeit eine Stadt mit einer starken deutschen Minderheit, die Bewunderung für Deutschland ist heute noch besonders stark. (Der Bürgermeister deutscher Abstammung wurde unlängst mit überwiegender Mehrheit von der rumänischen Bevölkerung wieder gewählt).
- Apoldu de Jos (Großpold), Dorf in der Nähe von Sibiu. Wird von aus Oberösterreich stammenden Ländlern bewohnt, viele haben ausgewanderte Verwandte in Deutschland und Österreich.
- Bukarest: Interviews mit Volkskundlern und Musikethnologen (vom Institut für Anthropologie „Francisc Rainer“ der Rumänischen Akademie der Wissenschaften und von „Muzeul Satului“/Freilichtmuseum) wie auch mit Regisseuren von Fernsehsendungen mit Volksmusik).
- Bukarest/Wien:

I. S. war 24 Jahre lang Redakteurin und Moderatorin der Sendung für die deutsche Minderheit im rumänischen staatlichen Fernsehen TVR, davon zehn Jahre Chefredakteurin der Sendung; seit ein paar Jahren ist sie rumänische Kulturattaché in Wien. Gemäß ihrer Kenntnisse wurde der Musikanten-Stadl nie in den deutschsprachigen Medien in Rumänien besprochen; nichtsdestoweniger ist er bei der deutschen Minderheit in Rumänien bekannt und sehr beliebt. Die eigene positive Meinung von der Sendung erklärte sie durch Kindheitserinnerungen, als sie selbst dieselben Lieder in der Schule lernte, durch die Sehnsucht nach der verschwundenen „heilen Welt der deutschen Musik und der deutschen Fröhlichkeit, der man gerne angehört“. Die Sendung erinnert an die Atmosphäre eines Kirtags, an die traditionellen Treffen der damals noch nicht ausgewanderten Sachsen und Schwaben. Weitere Erklärungen für den Sendungserfolg sind die Professionalität des ORF-Teams und die Persönlichkeit des Moderators, die seine Liebe für das Publikum zu vermitteln weiß. 1990 wurde ihr die Sendung als Vorbild für ein modernes und professionelles Fernsehen von österreichischen und deutschen Kollegen empfohlen. Eine Tournee des Stadls durch Rumänien könnte ihrer Meinung nach Erfolg haben. Dennoch gestand die Interviewte, dass der deutsche Humor „fade“ im Vergleich zum feinen rumänischen und ungarischen Humor sei.

Außerdem werden Befragungen von Migranten rumänischer (eventuell auch anderer) Herkunft geplant, z. B. von Künstlern, die aus ländlichem Milieu in Rumänien stammen, aber auch beruflich anders tätige Personen, einschließlich von BesucherInnen von Veranstaltungen mit rumänischen Volksmusikern, die von Kulturvereinen nach Österreich eingeladen werden.

Ein Überblick über die Volksmusik und -kultur im gegenwärtigen Rumänien

Aufschlussreich könnte auch ein Vergleich zwischen der deutschsprachigen und der rumänischen Volksmusikszene sein. In den siebziger und achtziger Jahren haben auch die Musikethnologen in Rumänien zwischen echter und unechter Volksmusik unterschieden. Die Erstere wurde in idyllisch-feierlich inszenierten Fernsehsendungen gefördert; aber auch die Zweitere („muzică lăutărească“ genannt) fand ihren Platz im Programm des (damals nur) staatlichen Fernsehens, und vor allem entwickelte sich ihre Popularität als Begleitmusik bei Hochzeiten und anderen Familienfeiern weiter. Nach 1990 wurden bekannte Musiker (dieser Stilrichtung) auch ins Parlament als VertreterInnen von nationalistischen Parteien gewählt. Im Zuge der Expansion der privaten Fernsehsender wurde auch ein eigener Kanal („Etno“) ausschließlich der Volksmusik (aus unterschiedlichen Richtungen) gewidmet. Die Volksmusik erhielt in den letzten Jahren durch sog. „Manele“, d. h. Lieder mit anspruchslosen Texten und einfachen Rhythmen, Konkurrenz. Die Manele haben sich (gemäß I.C., Universitätsprofessor, der gerne „echte“ Volksmusik hört) anscheinend vom Banat aus, an der Grenze zu Serbien, im ganzen Land verbreitet und genießen eine hohe Popularität vor allem unter jungen und relativ jungen Leuten. Ihre Herkunft ist unklar; es werden Einflüsse der serbischen und der türkischen Musik vermutet. Die „Ästhetik“ der Manele, einschließlich ihre entsprechenden Videoclips, vermischt bewusst die *back street*-Kultur mit jener der *Mahala* (rum. für Vorstadt), den „coolen“ afroamerikanischen *rap* mit einer leidenschaftlichen Roma-Musik (teilweise wird auch auf Roma gesungen) und mit der Sentimentalität des klassischen Schlagers. Die Manele stießen zunächst auf eine starke Kritik in den Medien; mit der Zeit erkämpften sie sich jedoch den Zugang ins Fernsehen mit denselben Rechten wie die „klassische“ Volksmusik, Unterhaltungssendungen organisieren Wettbewerbe zwischen den Musikern für Volksmusik und von Manele etc. Ihre Ablehnung verschwand allerdings nicht völlig: So verhinderte eine Studentendemonstration vor einem Jahr den öffentlichen Auftritt eines Sängers von Manele in Cluj, „Anti-Manele“-Unterschriften werden mittels E-Mails gesammelt etc.

Andere Musiker spielen nicht nur traditionelle Volksmusik, sondern kombinieren diese auch mit Musikstilen wie Rap und Hip-hop, Jazz oder Manele mit serbischem Klang. Ihre Interpreten sind durchschnittlich unter 25 Jahre alt und feiern im Ausland große Erfolge, während sie im Land fast unbekannt sind und ihre CDs auf dem Musikmarkt fehlen. Eine eigene Musiksparte bildet die Ethno-Welle in der Popmusik, die sehr beliebt bei den jungen Leuten ist und sich dementsprechend gut verkauft. Und nicht zuletzt spielen bekannte Jazzmusiker Bearbeitungen der „klassischen“ Volksmusik bei ihren Auftritten im In- und Ausland.

In Rumänien ist die Volkskunst allgemein eher ein „Export-Artikel“ oder eher ein beliebtes Souvenir für ausländische Touristen und Auslandsrumänen. Die Tracht wird nur noch selten und regional beschränkt getragen. Viele erinnert sie immer noch an die Festivitäten des sozialistischen Regimes und an seine Ideologie. Seltener wird jedoch in der letzten Zeit die Tracht auch von jungen Menschen und von Studenten als Zeichen des Nonkonformismus getragen.

Wolfgang Fellner: Der Musikanten-Stadl im Lichte der Wissenschaften – eine sozioökonomische Analyse

Einleitung

In diesem Teil soll die Frage erläutert werden vor welchem ökonomischen Hintergrund Identitätskonstruktion, in Bezug auf alpine Populärkultur im Medium Fernsehen, stattfindet. Insbesondere geht es um die möglichen Formen dieser ökonomischen Beeinflussung. Neben der ethnologischen, kulturtheoretischen und soziologischen Relevanz des Phänomens Musikanten-Stadl im Besonderen und der volkstümlichen Musik im Allgemeinen wird also auch der ökonomischen Relevanz Beachtung geschenkt. Wobei es neben einer allgemeinen Darstellung und Einschätzung der wirtschaftlichen Dimension um die wechselseitige Beeinflussung zwischen wirtschaftlichen Zwängen und medial-künstlerischer Gestaltungsfreiheit gehen soll. Gerade diese strukturellen Verstrickungen in der Gestaltung, Entstehung und historischen Entwicklung verschiedener Formate der volkstümlichen Musik (insbesondere des Musikanten-Stadl) lassen die ökonomische Analyse als zentralen und integralen Bestandteil einer umfassenden und weit reichenden Erklärung der zu analysierenden Phänomene erscheinen.

Zur Methode

Wenn nun von Verknüpfungen und wechselseitigen Beeinflussungen kultureller Aspekte und ökonomischer Zwänge und Erfordernisse ausgegangen wird stellt sich die Frage, wie diese im Rahmen der Untersuchungen erfasst und berücksichtigt werden können. Dazu ist eine enge inhaltliche, insbesondere aber methodische Zusammenarbeit und Koordinierung erforderlich. Sie soll ermöglichen, dass der ökonomische Teil nicht lose neben den sozialanthropologischen Überlegungen steht sondern in der Lage ist Argumente zu liefern und zu untermauern. Besonders in Bezug auf die methodische Herangehensweise steht dabei der Prozess des voneinander Lernens und auf die wechselseitigen Bedürfnisse Eingehens im Vordergrund. Dieser Prozess ist wohl einer der größten Herausforderungen in einem interdisziplinären Forschungsprojekt. Er stellt einen Versuch dar, der aus heutiger Sicht hoffentlich im Laufe des Forschungsvorhabens zu realisieren ist. Dabei ist auf den, einem qualitativen Forschungsdesign entsprechenden, iterativen Prozess der Hypothesengenerierung zu verweisen.¹⁸

Der Musikanten-Stadl als massenmediales Ereignis setzt gewisse persönliche und gesellschaftliche Hintergründe voraus und baut auf diesen auf. Diese „statische“ Betrachtung der Hintergründe und Voraussetzungen gilt es zu erfassen und darzustellen. Weiter sollten die angewandten Methoden in der Lage sein die Wechselwirkungen und dynamischen (sich verändernden) Beziehungen zwischen den Bedürfnissen der Zuseher, der Produzenten und möglicherweise der Gesellschaft (Identifikation, Abgrenzung, Zusammengehörigkeit, ...) zu thematisieren. Welche Rolle spielen die einzelnen Bedürfnisse bei der Gestaltung und Produktion des Musikanten-Stadl?

¹⁸ Lueger, Manfred (2000) Grundlagen qualitativer Feldforschung: Methodologie, Organisation, Materialanalyse, Wien: WUV-Univ.-Verlag.

Allgemeine Beschreibung des Forschungsvorhabens

Im Folgenden gilt es eine forschungsleitende Struktur als tragfähiges Gerüst zu konstruieren, die den genannten Ansprüchen und Herausforderungen gewachsen ist. Dabei zeigte sich im Rahmen der Vorerhebungen sehr bald, dass auf viele relevante Informationen aus technischen oder anderen Gründen, wie zum Beispiel Geheimhaltungserfordernissen, nicht zugegriffen werden kann. Zudem behandelt das beschriebene Forschungsvorhaben einen Musik- und Unterhaltungsbereich, der in vielen relevanten Auswertungen und Analysen nicht adäquat spezifiziert beziehungsweise abgegrenzt ist. Es wird in diesem ersten Working Paper bewusst die Frage der Verfügbarkeit von Daten/Informationen ausgeklammert um gewissermaßen eine idealtypische Vorlage dessen zu erstellen, was überhaupt als relevante Information anzusehen und nach deren Verfügbarkeit zu fragen ist. Dabei müssen aber die beschränkten zeitlichen und finanziellen Mittel des Projektes berücksichtigt werden. In der Datenbeschaffung sind wir folglich sehr stark auf die Kooperation des österreichischen Rundfunks (ORF) sowie anderer Organisationen angewiesen.

Die Zusammenarbeit mit den anderen am Forschungsprojekt beteiligten WissenschaftlerInnen wird so vor sich gehen, dass in einem ersten Arbeitsschritt die relevanten allgemeinen ökonomischen Strukturen dargestellt werden, um bei Bedarf im Verlauf des Projektes weitere Informationen, deren Bedeutung erst im Zusammenhang mit den bereits geleisteten Arbeiten klar wurde zu erheben. Dadurch kann gewährleistet werden, dass die angesprochenen wechselseitigen Beeinflussungen besser erfasst und genauer dokumentiert werden können.

Der Projektantrag sieht vor, dass es sich bei der ökonomischen Analyse um eine gegenwartsbezogene Querschnittsbetrachtung handelt, die sich im Wesentlichen auf den Zeitraum der Jahre 1998 bis 2004 bezieht. Dabei geht es wie schon in der Einleitung erwähnt nicht nur darum den Musikanten-Stadl als medienökonomisch interessantes Untersuchungsobjekt zu betrachten, sondern auch um die Analyse anderer Formate volkstümlicher Musik und deren Beziehungen zueinander. Es soll also die Szene der volkstümlichen Musik als Branche, deren Bedeutung sich nicht nur auf das Medium Fernsehen reduzieren lässt, unter die Lupe genommen werden. Der Musikanten-Stadl dient dabei als plakatives Referenzobjekt im Bereich medialer Großereignisse, dass auch aus der In-Bezugsetzung zu anderen medialen Großereignissen einer vergleichbaren Dimension greifbar gemacht werden soll. Das große Medienecho auf die vor kurzem erfolgte Ankündigung, dass der Kapitän des Musikanten-Stadl, Karl Moik, zu Silvester zum letzten Mal den Musikanten-Stadl „dirigieren“ wird zeigt wie groß die symbolische Bedeutung des Musikanten-Stadl in der volkstümlichen Musik ist. Auch wenn seine medienökonomische Relevanz, ausgedrückt in Reichweiten und Einschaltziffern, mittlerweile vielen ähnlichen Formaten unterlegen ist¹⁹ räumen die Pionierrolle Karl Moiks und das fast 25 jährige Bestehen des Musikanten-Stadl diesem innerhalb der volkstümlichen Musik eine Sonderstellung ein. Sich über einen derartig langen Zeitraum in einer sich rasch verändernden Medienlandschaft behaupten zu können stellt zweifelsfrei eine beachtliche Leistung dar.

Die Frage welche ökonomischen Aspekte die zu erstellende Studie beinhalten soll und wie sie gegliedert und strukturiert werden kann hängt maßgeblich von der grundsätzlichen Ausrichtung des Forschungsprojektes ab. Wird der Erfolg des Musikanten-Stadl anhand der Sichtweise von Rezipientinnen und Rezipienten betrachtet, ist inhaltlich und methodisch eine andere Vorgangsweise zu wählen als wenn

¹⁹ Beispielsweise können hier für das Jahr 2002 die Formate „Grand Prix der Volksmusik“, „Hansi Hinterseer“ oder „Wenn die Musi spielt“ angeführt werden.

gesellschaftliche Strukturen, deren Gestaltung und Beeinflussung im Vordergrund der Untersuchungen stehen. Eine sehr stark auf die Rezeption abstellende Betrachtungsweise würde im Rahmen der in diesem Projekt anzustellenden Überlegungen ökonomischen Aspekten von Haus aus eine geringere Bedeutung zumessen. Die konzeptionelle Berücksichtigung ökonomischer Sachverhalte im Forschungsprojekt weist folglich auf eine darüber hinausgehende Analyse des medialen Phänomens Musikanten-Stadl hin.

Eine Betrachtung sowohl des gesellschaftlichen Rahmens als auch der dynamischen Entwicklung des Phänomens Musikanten-Stadl erfordert eine breite inhaltliche Perspektive und adäquate methodische Herangehensweise. Dabei gilt es die Beziehung und Beeinflussung von Kultur und Ökonomie genauer zu beleuchten. Eine Erhellung soll nicht zuletzt aus der Einbindung des Projekts in den Forschungsschwerpunkt „Lokale Identitäten und überlokale Einflüsse“ gelingen. Die Frage nach der Bedeutung massenmedialer Kulturproduktion und damit die Unterordnung und Gestaltung gesellschaftlicher Entwicklungen und der Identität breiter Gesellschaftsschichten unter spezifische ökonomische Produktionserfordernisse steht dabei im Raum.

Die allgemeine Beschreibung des Forschungsvorhabens gilt es nun zu präzisieren. Dazu wird eine Unterteilung in fünf „Ökonomische Analysefelder“ vorgenommen. Diese werden wiederum in zwei Gruppen zusammengefasst. Die Analysefelder I, II und III befassen sich unmittelbar mit dem Massenmedium Fernsehen und der damit verbundenen Beziehung zwischen Kultur und Ökonomie (Kulturproduktion anhand der volkstümlichen Musik). Analysefeld IV und V behandeln gesamtwirtschaftliche Aspekte der volkstümlichen Musik.

Ökonomisches Analysefeld I: Volkstümliche Musik und das Medium Fernsehen

Das erste Analysefeld zielt darauf, die Relevanz der volkstümlichen Musik für den Unterhaltungsbereich des ORF zu beschreiben.²⁰ Als mögliche Indikatoren dafür sollen insbesondere medienökonomische Kennzahlen wie Reichweiten und Quoten dienen.²¹ Die Quoten können regional, nach Alter, Bildung, Milieu (Sinus Milieus) und Einkommen spezifiziert werden, sodass es möglich sein sollte ein genaueres Bild der Zielgruppe derartiger Sendeformate zu bekommen.²² Zudem kann die Stellung von Sendungen volkstümlicher Musik im Programmschemata (Sendezeiten) Aufschluss über die Relevanz geben. Dabei gibt die Betrachtung über längere Perioden möglicherweise Aufschlüsse über maßgebliche Veränderungen. Vom ORF werden für jeden Sendeplatz durchschnittliche Reichweiten erhoben, die eine klare Einschätzung einzelner Sendungen

²⁰ Um einen kleinen Vorgeschmack zu geben sei an dieser Stelle kurz angemerkt, dass im Jahr 2003 knapp 40 Sendungen der volkstümlichen Musik an Wochenenden und Feiertagen im Hauptabendprogramm des ORF zu sehen waren.

²¹ Grundsätzlich muss angemerkt werden, dass es 1991 durch die Einführung des Teltest zu einer Umstellung bei der Erhebung derartiger Daten kam und auf die davor liegende Informationen praktisch nicht zurückgegriffen werden kann. In Bezug auf die Reichweite (nat. RW in Tsd.) musste der Musikanten-Stadl vom Jahr 1998 mit 911 eine Verringerung auf 725 im Jahr 2002 hinnehmen (im Jahr 2001 waren es 796). Besser machte sich beispielsweise der Grand Prix der Volksmusik mit einer Reichweite von 1.023 im Jahr 2001.

²² Die Publikumsstruktur des Musikanten-Stadl im Jahr 2000 sah, aufgeschlüsselt nach Alter und Geschlecht, folgendermaßen aus: 39 % der SeherInnen waren zwischen 12 und 60 Jahre, 41 % waren 61 bis 74 Jahre und stolze 21 % waren älter. 60 % der SeherInnen sind weiblich und 40 % männlich. Diese Indikatoren der Publikumsstruktur sind bei vielen Formaten der volkstümlichen Musik ähnlich.

als über oder unterdurchschnittliche Verwertung der Sendekapazitäten zulassen. Bei diesem Analysefeld stellt sich auch die Frage in welcher Beziehung die verschiedenen Formate der volkstümlichen Musik zueinander stehen. Handelt es sich um komplementäre Ereignisse die aufeinander angewiesen sind und erst durch eine gewisse Sendungsdichte in der Lage sind das Publikum anzusprechen oder stehen sie in einer Konkurrenzbeziehung zueinander. Denkbar ist auch, dass die Sendungen der volkstümlichen Musik zwar in Konkurrenz um die Quotenführerschaft (im Bereich volkstümliche Musik) stehen aber grundsätzlich ein komplementäres Verhältnis haben. Dieser Frage kann man sich neben einer qualitativen Untersuchung (Interviews mit den Entscheidungsträgern im ORF) auch anhand der Publikumscharakteristika nähern.

Ökonomisches Analysefeld II: Produktionsstrukturen des Musikanten-Stadl

Eine weitere Untersuchungsfrage bezieht sich auf die spezifischen Produktionsstrukturen des Medienevents Musikanten-Stadl (und ähnlicher Formate). Mit Produktionsstrukturen ist gemeint von welcher Ebene und von welchen Personen Entscheidungen ausgehen. Die vertikalen und horizontalen Entscheidungsstrukturen, Kompetenzen und Zuständigkeiten sollen Aufschluss über die Einflussmöglichkeiten geben und zeigen welche Ziele mit welchen Mitteln verfolgt werden. Als vertikale Ebenen werden in der Literatur im Regelfall die Verantwortlichen der Bereiche Produktion, Programmschemata (Stationen), Kanalbündelung und Übertragung betrachtet (Grisold 2002: 342).²³ Der ORF stellt dabei insofern ein Spezifikum dar als er auf allen vier Ebenen vertreten ist, was aber nicht bedeutet, dass es keine entsprechende Trennung der Kompetenzen und Zuständigkeiten innerhalb des ORF gibt. Welche Aufgaben bei der Produktion werden vom ORF selbst wahrgenommen und welche von Fremdfirmen? Während es aus Kostengründen in den letzten Jahren bei Fernsehstationen einen Trend zur Auslagerung der Produktion gab, scheint der Musikanten-Stadl eine Ausnahme zu sein. Es gilt daher die Frage zu klären ob es auch im Bereich der volkstümlichen Musik die Tendenz gibt durch Auslagerungen die Produktionskosten zu senken und wenn nicht warum. Diese Fragen sind insbesondere vor dem Hintergrund der Vermutung interessant, dass sich die Produktionen von Formaten volkstümlicher Musik möglicherweise dramatisch von anderen medialen Großereignissen unterscheiden. Eine dieser Besonderheiten besteht darin, dass Formate der volkstümlichen Musik ausschließlich von öffentlich rechtlichen Sendeanstalten gesendet werden.²⁴ Andrea Grisold kommt in einer Untersuchung über das Massenmedium Fernsehen²⁵ zu dem Schluss, dass die Produktgestaltung am Massenmediensektor Fernsehen zu einer Standardisierung der Produkte und zu einem „more of the same“ (Grisold 2004: 87) führt. Diese Aussagen scheinen sehr gut auf die Sendungen der volkstümlichen Musik zuzutreffen. Wie weit und wodurch nimmt der ARD als beteiligte Sendestation oder die Musikindustrie (beispielsweise große internationale Tonstudios wie Koch oder ECM) Einfluss auf die Produktionsentscheidungen? Gibt es Strukturbrüche in der Produktion von Formaten der volkstümlichen Musik und worauf sind sie zurückzuführen? Beispielsweise kam es Mitte der 90er Jahre zu einer „Verschlagierung“, die

²³ Grisold, A. (2002), Was haben Pavarotti und Fordismus gemein? Produktionsbedingungen in den Kulturindustrien am Beispiel Fernsehen, Wirtschaftsuniversität Wien, Habilitationsschrift..

²⁴ Obwohl die ersten Sendungen der volkstümlichen Musik in Deutschland beim Privatsender RTL zu sehen waren, stellte RTL die Ausstrahlung (und Produktion) derartiger Formate sehr bald wieder ein.

²⁵ Grisold, A. (2004), Kulturindustrie Fernsehen : zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien, Wien: Löcker.

möglicherweise auch auf das Einwirken von Unternehmen der Musikindustrie zurückzuführen ist. Wie bedeutsam ist die volkstümliche Musik, die dem Unterhaltungsbereich zugeordnet ist, im Programmschemata (verglichen mit anderen Bereichen wie Information, Kultur oder Sport)? Spielt der öffentlich rechtliche Auftrag des ORF bei den Produktionsentscheidungen eine Rolle und wenn ja, welche? Um diese Fragen zu klären sollen Interviews mit den involvierten Akteuren möglichst vieler hierarchischer Ebenen geführt werden (Produktionsleitung, Sendungsverantwortliche, Leiter der Unterhaltungsabteilung des ORF).

Ökonomisches Analysefeld III: Das Produkt Musikanten-Stadl

Hier geht es um die Betrachtung des Musikanten-Stadl aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive. Dabei stellen sich die Fragen nach den Produktionskosten, direkten Einnahmen aus Eintrittskarten, Product Placement und dergleichen. Derartige Informationen sind aus unternehmenspolitischen Gründen nur sehr eingeschränkt zu bekommen. In einem ersten Interview mit den Verantwortlichen beim ORF stellte sich aber heraus, dass es sich beim Musikanten-Stadl um eine sehr aufwendige, kostspielige Produktion handelt. Die mit Einschaltziffern verbundenen indirekten Werbeeinnahmen können anhand der so genannten 1000er Kontaktpreise ermittelt werden.

Ökonomisches Analysefeld IV: Volkstümliche Musik und die Musikindustrie

Im Rahmen der Analyse soll es gelingen die Bedeutung der volkstümlichen Musik für die österreichische Musikindustrie einzuschätzen. Es stellt sich die Frage anhand welcher Faktoren und Indikatoren eine derartige Einschätzung sinnvoller Weise machbar ist. Mögliche Indikatoren wären beispielsweise der Anteil der volkstümlichen Musik am Tonträgerverkauf, am Konzertmarkt, am Umsatz von Tonstudios und Produktionsunternehmen oder das Sendevolumen bei den verschiedenen Radiostationen. Das Sendevolumen der volkstümlichen Musik im Radio kann aufgrund genauer Erhebungen durch die AKM festgestellt werden.

Ökonomisches Analysefeld V: Umwegrentabilität

Neben den bereits genannten ökonomischen Aspekten, sollen verschiedene Formen der Umwegrentabilität untersucht werden. Einer dieser Effekte ist die Relevanz von Sendungen volkstümlicher Musik als Karrierebeförderer (beziehungsweise Karrierestarter) für die involvierten Musikgruppen. Das ließe sich etwa dadurch beleuchten, wie sich in der Folge eines Auftritts, beispielsweise im Musikanten-Stadl, die Zahl der (anderen) Auftritte, der Tonträgerverkauf oder ganz allgemein die Einnahmen entwickelten. Eine Erhebung der relevanten Informationen könnte mit Hilfe standardisierter Fragebögen bei einzelnen, exemplarisch ausgewählten Musikgruppen erfolgen.

Andere Formen der Umwegrentabilität wären Auswirkungen auf den Tourismus und das Image einer Region. Gerade im Image einer Region zeigen sich die interdisziplinären Bezugspunkte und es schließt sich der Kreis, da dieses am ehesten mit einer ethnologischen Untersuchung von Eigen- und Fremdzuschreibungen zu erfassen ist. Wurde zuerst die ökonomische Betrachtung als Ergänzung zur sozialanthropologischen Sichtweise gedacht, zeigt sich in diesem Punkt die Bedeutung der sozialanthropologischen Betrachtung für die Ökonomie.

Diese fünf Analysefelder und die mit ihnen aufgeworfenen Fragen sollen in der Lage dazu sein, ein Bild der ökonomischen Aspekte der volkstümlichen Musik in Österreich zu zeichnen. Gleichzeitig sollen sie eine umfassendere Analyse kultureller und sozialer Entwicklungen in diesem Bereich ermöglichen.

Anhang: Informationsquellen

Österreichischer Rundfunk (ORF)

- Interviews mit relevanten Akteuren im ORF (Unterhaltungsdirektor, Sendungsverantwortliche, Regisseur, ...)
- Public Relations des ORF
- Teltest und Mediaanalyse
- Meinungsforschungsstelle im ORF <http://mediaresearch.orf.at>
- Vermarktung der Werbezeiten im ORF <http://enterprise.orf.at>

Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen und Wissenschaftern aus relevanten Bereichen

- Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Musikuniversität Wien (MDW)
http://online.mdw.ac.at/mdw_online/tgo_org.display?corg=400208&cperson_nr=16915
- Institut für Musiksoziologie der MDW http://www.mdw.ac.at/ims/index_de.html

Privaten und öffentlichen Einrichtungen der Musikindustrie

- Verband der österreichischen Musikwirtschaft <http://www.ifpi.at/>
- Die deutschen Phonoverbände IFPI <http://www.ifpi.de/>
- Autoren, Komponisten, Musikverleger (AKM) <http://www.akm.co.at/>
- Music Information Center Austria (MICA) <http://www.mica.at/>
- Statistik Austria <http://www.statistik.at/>
- Sound and Media <http://www.mcpsound.at/>