

(Opern-)Musik und Popularität im 21. Jahrhundert: Ästhetik | Teilhabe | Geschichte

Tagungsnachbericht

Vom 17. bis 19. Juli 2025 widmete sich die *Stella Vorarlberg Privathochschule für Musik* in Feldkirch mit einer von Stiftungsprofessorin Dr. Andrea Horz organisierten internationalen Fachtagung den vielschichtigen Prozessen der Popularisierung von Oper und klassischer Musik. Unter dem Titel „(Opern-)Musik und Popularität im 21. Jahrhundert: Ästhetik | *Teilhabe* | *Geschichte*“ traten Expert*innen aus Musikwissenschaft, Musikphilosophie, Populärmusikforschung und Kulturwissenschaft in den Dialog. Ziel war es, die Wechselwirkungen zwischen Werktreue, ästhetischem Autonomieanspruch und gesellschaftlicher *Teilhabe* in Geschichte und Gegenwart neu zu beleuchten.

Ausgangspunkt: Popularisierung als konstitutives Moment

Das Tagungsthema knüpfte an die Beobachtung an, dass die Rezeption klassischer Musik und Oper nicht allein an der Qualität des „Originalwerks“ gemessen werden kann, sondern immer auch an Praktiken der Verbreitung und Aneignung. Bereits im 18. und 19. Jahrhundert waren Bearbeitungen, Arrangements, Salonmusik, Unterrichtsliteratur und andere Formen der Adaptation zentrale Träger der Popularisierung – Praktiken, die im 20. und 21. Jahrhundert ihre Entsprechung in Medialisierung, Eventisierung und digitaler Distribution finden. Die Frage, ob solche Prozesse

die künstlerische Integrität wahren oder unterlaufen, zieht sich als Leitmotiv durch musikästhetische Debatten bis in die Gegenwart.

Kategorien und Mittel der Popularisierung

Michael Fischer (Zentrum für Populäre Kultur und Musik, Freiburg) widmete sich in seinem Vortrag „Oper für alle? Eventisierung – Medialisierung – Pädagogisierung“ der theoretischen Differenz von Popularität (Zustand) und Popularisierung (Prozess). Er zeigte, dass Popularisierung stets hierarchisch strukturiert ist, da Eliten bestimmen, welche Werke verbreitet und wie sie vermittelt werden. Neben ideellen Zielen (Bildungsauftrag, Kanonbildung) verfolgen Institutionen auch pragmatische Interessen wie Publikumsgewinnung und Legitimation öffentlicher Förderung. Die Mittel der Popularisierung beschrieb Fischer als Dreiklang aus Eventisierung (Festivals, Stars, spektakuläre Inszenierungen), Medialisierung (Tonträger, Fernsehen, Streaming, Social Media) und Pädagogisierung (Einführungen, Vermittlungsprogramme). Exemplarisch verwies er auf die *Bregenzer Festspiele*, die mit ihrer Seebühnen-Ästhetik, medialen Reichweite und Vermittlungsarbeit ein besonders markantes (und erfolgreiches) Beispiel aktueller Popularisierungspraktiken darstellen.

Historische Perspektiven: Vom *Freischütz* bis Wagner

Mehrere Beiträge widmeten sich der historischen Dimension von Popularisierungsprozessen. So rekonstruierte Fabian Kolb (Frankfurt) die häusliche *Freischütz*-Rezeption im Biedermeier und Vormärz, die nicht als „Entstellung“ des Werks, sondern als Motor einer frühen Popularisierung zu verstehen ist. Gesa zur Nieden (Augsburg) zeigte am Beispiel des Motivs „Wald“ im Musiktheater der 1930er und 1940er Jahre, wie populäre Themen ideologisch instrumentalisiert wurden. Tobias Janz (Bonn) stellte heraus, dass Wagners *Meistersinger* Popularität zugleich als Beliebtheit, Volkstümlichkeit und Populismus verhandeln.

Strategien der Popularisierung: Stars, Medien, Märkte

Einen Schwerpunkt bildeten Analysen der Mechanismen, mit denen Oper und ihre Exponent*innen Popularität erlangen. Berthold Over (Augsburg) zeigte Telemann als Pionier strategischer Selbstvermarktung: durch flexible Besetzungen, leicht fasslichen Stil und geschickte Distributionsnetze. Arnold Jacobshagen (Köln) stellte drei Opernstars – Callas, Domingo und

Bartoli – als paradigmatische Beispiele für die Verzahnung von Repertoirepolitik, Medientechnologie und Starimage vor.

Die Rolle neuer Medien wurde besonders in den Beiträgen von Adrian Kuhl (Frankfurt), Carolin Krahn (Kassel) und Patrick Mertens (Gießen) sichtbar: Opernverfilmungen, Werbekampagnen mit Opernzitaten und Social-Media-Mechanismen im Londoner West End illustrieren, wie Popularisierung zwischen ästhetischer Transformation, ökonomischer Verwertung und kultureller Symbolproduktion vermittelt wird.

Teilhabe, Öffentlichkeit und kulturelle Praxis

Die gesellschaftliche Dimension trat in den Vorträgen von Hendrik Schulze (Stella Vorarlberg) und John D. Wilson (Wien) hervor. Schulze zeigte, wie „volkstümliche“ Figuren in der venezianischen Oper nicht nur komische Kontraste, sondern auch Träger diskursiver Botschaften waren, die Identität und Werte im Publikum verhandelten. Wilson rekonstruierte die Abendunterhaltungen der Gesellschaft der Musikfreunde als Orte, an denen populäre Opernarrangements und kanonische Werke im intimen Rahmen zusammenfanden – eine Praxis, die die gängige Kanonerzählung herausfordert.

Gegenwartsperspektiven: Ästhetische Transformation

Richard Erkens (Venedig) plädierte für eine Neubewertung des *Freischütz* als Drama über Angst, Ausgrenzung und Gewalt, das auch ohne nationalmythische Zuschreibungen hochaktuell bleibt. Sein Beitrag machte deutlich, dass Popularisierung nicht nur als quantitative Reichweite, sondern als qualitative Transformation zu verstehen ist: Die Relevanz des Werks ergibt sich aus seiner Anschlussfähigkeit an gegenwärtige Diskurse.

Der *Freischütz* in Bregenz: Popularisierung als Praxis

Ein zentrales Moment der Tagung war der gemeinsame Besuch von Carl Maria von Webers *Freischütz* bei den Bregenzer Festspielen. Die Aufführung auf der Seebühne, die vor 7.000 Zuschauer*innen stattfand, stellte ein lebendiges Beispiel für Popularisierungspraxis im 21. Jahrhundert dar. Verkürzungen, spektakuläre visuelle Effekte, die Inszenierung ohne Pause (da logistisch gar nicht anders umsetzbar) und die mediale Vermarktung machten deutlich, wie

ästhetische Autonomie und Publikumsorientierung in einem großformatigen Open-Air-Format aufeinandertreffen.

Die Diskussionen im Anschluss verdeutlichten, dass der *Freischütz* in Bregenz nicht bloß als ästhetisches Ereignis zu betrachten ist, sondern als performative Aushandlung: Zwischen Werktreue und künstlerischer Transformation, zwischen lokaler Festspieltradition und globalem Eventformat, zwischen Kunstanspruch und touristischer Attraktion. In diesem Sinne fungierte der Opernbesuch selbst als „Feldforschung“ zur Popularisierung, die die theoretischen Debatten der Tagung in der Praxis verankerte.

Fazit: Popularisierung als Spannungsfeld

Die Tagung verdeutlichte, dass Popularisierung nicht als Verlustgröße, sondern als transformative Praxis zu begreifen ist, die kulturelle Teilhabe ermöglicht, ästhetische Kategorien herausfordert und historische wie aktuelle Opernproduktion strukturiert. Oper erscheint damit nicht als exklusives Kunstwerk, sondern als dynamisches Feld, in dem sich gesellschaftliche Aushandlungen, kulturelle Relevanz und ästhetische Innovation verschränken.