Das Institut für Kunst- und Musikwissenschaft lädt ein zum

GASTVORTRAG

KANON-KONSUM: NAHRUNGSMITTELWERBUNG ALS BEITRAG ZU EINER GLOBALEN KULTURGESCHICHTE DER MUSIK UM 2000?

Carolin Krahn
Universität Kassel

12.11.2026
15.15 Uhr
HS 23.02
Mozartgasse 3

We work for tomorrow

UNI GRAZ

KANON-KONSUM: NAHRUNGSMITTELWERBUNG ALS BEITRAG ZU EINER GLOBALEN KULTURGESCHICHTE DER MUSIK UM 2000?

Carolin Krahn
Universität Kassel

12.11.2026
15.15 Uhr
HS 23.02
Mozartgasse 3

Zahlreiche Werbeclips aus der internationalen Nahrungsmittelindustrie um die Jahrtausendwende dokumentieren, dass kanonisiertes musikalisches Repertoire – vor allem im Bereich des Musiktheaters – multimedial in neue Narrative integriert und kulturhistorisch rekontextualisiert worden ist. Anhand musikalisch-textueller Veränderungen lässt sich hier ein Prozess der Einhegung des zugrunde liegenden musikhistorischen Materials in neue Semantiken verfolgen.

Dabei werden nicht nur neue Sinnzusammenhänge produziert, sondern es kommt auch zu einer Überblendung bekannter musiktheatraler Szenen oder zumindest wiedererkennbarer Melodien mit alternativen audiovisuellen Narrativen. Das Verhältnis zwischen dem vermeintlich ‚ursprünglichen' Werk, seiner kulturhistorischen Verortung und dem Publikum erfährt dabei eine Neujustierung; zugleich kommt es mitunter zu einer grotesken Überzeichnung etablierter Klischees und Stereotype des ‚globalen Südens'. Während die Funktion von Werbeclips zunächst klar definiert scheint, da sie in erster Linie der Vermarktung bestimmter Produkte dienen, können sie zugleich als kulturhistorische Bedeutungsträger interpretiert werden.

Im Zentrum dieses Vortrags stehen folgende Fragen, die anhand ausgewählter Fallbeispiele diskutiert werden: Auf welchen Ebenen erfolgt das beschriebene Reframing von Auszügen aus dem Kunstmusikrepertoire konkret? Inwiefern wirkt sich dies auf Aspekte wie die Kanonisierung und Entgrenzung musikhistorischer Repertoires aus? Schließlich soll kritisch beleuchtet werden, inwieweit die beschriebene Einhegung musikhistorischer Repertoires in multimediale Werbekontexte einen Beitrag zur Globalgeschichte der Musik leisten kann oder deren Ansprüchen zuwiderläuft.

Impressum: Institut für Kunst- und Musikwissenschaft, Universität Graz, Bild: Screenshot TV-Spot Alberto, 1996, via Youtube