

**Interdisziplinäre Tagung
zur Kultur, Nutzung, Wirkung und Ökonomie von
Musikcastingshows
4. und 5. Dezember 2015
Würzburg**

Call for Papers

Seit über 15 Jahren steckt die Musikindustrie in einer Krise: Massive Umsatzeinbußen haben bewirkt, dass unter anderem auch die Investitionen in den Aufbau neuer Künstler merklich gekürzt wurden. Um dennoch lukrative Musikprodukte auf den Markt zu bringen, unterstützen die Musikkonzerne die – bezeichnenderweise seit 15 Jahren relativ erfolgreichen – Musikcastingshows: Die Casting-Gewinner werden zumindest für die Gewinn bringende erste Single und das erste Album unter Vertrag genommen, die Promotion wird durch die hohe TV-Präsenz von den Medien ohne notwendige Investition seitens des Musikkonzerns bewerkstelligt. Während Formaten wie „Popstars“ und „Deutschland sucht den Superstar“ die musikalische Glaubwürdigkeit abgesprochen wird, stößt das neueste Format „The Voice of Germany“ zumeist auf positives Echo: Hier präsentieren sich gute SängerInnen sogar mit eigenkomponierter Musik, so dass der musikalische Wert in den Mittelpunkt gerückt wird. Und mit dem neuesten Ableger „The Voice Kids“ nehmen nun auch Kinder im Alter von 8 bis 14 Jahren an einem solchen Wettbewerb teil. Die Forschung zu diesem Thema ist angesichts der mittlerweile langen Erfolgsgeschichte, der hohen Einschaltquoten und der damit verbundenen Nutzungsumfänge dieser Formate erstaunlich defizitär.

Im Jubiläumsjahr 2015 – 15 Jahre Musikcastingshows in Deutschland (und zehn Jahre nach der Veröffentlichung der Beiträge zur Populärmusikforschung 33: *Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb*) – sollen im Rahmen der Tagung „Kultur, Nutzung, Wirkung und Ökonomie von Musikcastingshows“ im Dezember in Würzburg ein möglichst facettenreicher Blick auf die Thematik geworfen und die aktuelle Forschung hierzu versammelt werden. Denkbar sind Fragestellungen aus den Bereichen der Kultur-, Musik-, Wirtschafts-, Kommunikations-, Medien- und Sozialwissenschaften, der Popular Music Studies sowie der Pädagogik.

Formalia

Vortragsvorschläge für empirische, theoretische oder kritisch-reflektive Arbeiten (je 20 Minuten plus 10 Minuten Diskussion) sind als „extended abstract“ (maximal zwei Seiten) und mit einer Kurzbiografie inkl. institutioneller Verortung und Anschrift bis zum **15. Juli 2015** in elektronischer Form als E-Mail-Attachment einzureichen bei Nicolas Ruth (nicolas.ruth@uni-wuerzburg.de).

Die Arbeiten sollten sozialisatorische, ästhetische, ökonomische, pädagogische, psychologische, musikalische, historische, komparatistische oder normative Fragestellungen beinhalten. Besonders möchten wir Studierende der verschiedenen Disziplinen auffordern, sehr gute Abschlussarbeiten einzureichen.

Das Tagungsprogramm wird von den Veranstaltern anhand der eingegangenen Vorschläge zusammengestellt. Eine Zusage wird bis zum 15. August 2015 erteilt. Zudem wird die Veröffentlichung eines Konzeptbands mit ausgewählten Beiträgen der Tagung im Jahr 2016 in der Reihe „Musik und Medien“ bei Springer VS angestrebt.

Tagungsablauf

Die Tagung findet in den Räumlichkeiten des Museums im Kulturspeicher Würzburg statt und wird am Freitag, dem 04. Dezember, morgens beginnen und am Samstag, dem 05. Dezember, am Nachmittag enden. Ein Get-Together mit Abendessen ist für Donnerstag, den 03. Dezember, angedacht. Im Rahmen der Tagung ist am Freitagabend eine Konzertveranstaltung mit ehemaligen TeilnehmerInnen von verschiedenen Musikcastingshowformaten geplant. Die angefragten MusikerInnen haben sich zudem bereit erklärt, an einer Diskussionsrunde teilzunehmen. Genauere Angaben zum Veranstaltungsort, zu Unterkünften, Programm etc. werden rechtzeitig in einer Einladung zur Tagung bekannt gegeben.

Organisationsteam der Tagung

Holger Schramm & Nicolas Ruth

Universität Würzburg
Institut Mensch-Computer-Medien
Medien- und Wirtschaftskommunikation
mwk.uni-wuerzburg.de/castingshows

holger.schramm@uni-wuerzburg.de
nicolas.ruth@uni-wuerzburg.de