

Irene Stengs; Mirjam Kappes

Der weltbeste Walzerkönig. Zur medialen Erzeugung von Nähe und Intimität mit André Rieu

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2054>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stengs, Irene; Kappes, Mirjam: Der weltbeste Walzerkönig. Zur medialen Erzeugung von Nähe und Intimität mit André Rieu. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*. Heft 16: Celebrity Cultures, Jg. 9 (2017), Nr. 1, S. 79–88. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2054>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DER WELTBESTE WALZERKÖNIG

Zur medialen Erzeugung von Nähe und Intimität mit André Rieu

MAASTRICHT, Niederlande: André Rieu *Vrijthof Concerts*, Juli 2013

Ein lebensgroßes Bild von André Rieu schmückt den Zaun, der die zentrale Konzertarena des Maastrichter Vrijthof-Platzes von der Öffentlichkeit abgrenzt. Auf den ersten Blick sieht es so aus, als wäre das Bild vor einer gewöhnlichen Interview-Pressewand platziert worden. Aber nicht die üblichen Varianten von Sponsorenlogos zieren den Hintergrund, sondern der Name seiner Homepage sowie die Logos von Twitter, Facebook, Google+ und YouTube, die alle auf Rieus Auftritte in sozialen Medien hinweisen. Das Bild lädt vorbeilaufende Passant_innen ein, ein Foto «mit André» – seine Violine in der linken Hand, den rechten Arm auf einer unsichtbaren Schulter abgelegt – aufzunehmen und dieses dann in die Bildergalerie der offiziellen André-Rieu-Website hochzuladen. Die Einladung, sich gemeinsam mit dem Bild von André fotografieren zu lassen, wird gerne angenommen: Ein kontinuierlicher Strom von Menschen posiert hier fröhlich mit Rieu. Rieus Bild suggeriert Nähe. Die zahlreichen Referenzen auf soziale Medien deuten die Möglichkeit eines unmittelbaren Zugangs zum Maestro an – einer anderen Form von Nähe.

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit der globalen, charismatischen Sichtbarkeit von André Rieu, auch bekannt als der «Walzerkönig der Welt». Rieu ist der Gründer und Dirigent des Johann Strauss Orchesters (JSO), mit dem er auf Welttournee geht. Schon der Name Strauss verweist darauf, dass in dessen Repertoire Walzer, Märsche und Operetten ganz oben rangieren. Die Auftritte des JSO sind eine Art «Kostümdrama». Mit seinen Frauen in farbenfrohen, weiten Ballkleidern und den Männern in Abendanzug und Fliege erweckt das Orchester – insgesamt rund sechzig Musiker_innen – eine romantische und nostalgische Vorstellung von «Wien», mit dem Wiener Walzer und der Strauss-Familie als zentralen Bezugspunkten.

Mit diesem Beitrag möchte ich zu einem besseren Verständnis der Überzeugungskraft von Medien bei der Herstellung von Charisma gelangen. Ich zeige, wie Medien Celebrities erschaffen, indem sie die Erfahrung von Nähe und Intimität suggerieren. Aufbauend auf Erkenntnissen aus der Anthropologie und den Religionswissenschaften beabsichtige ich, die daran beteiligten

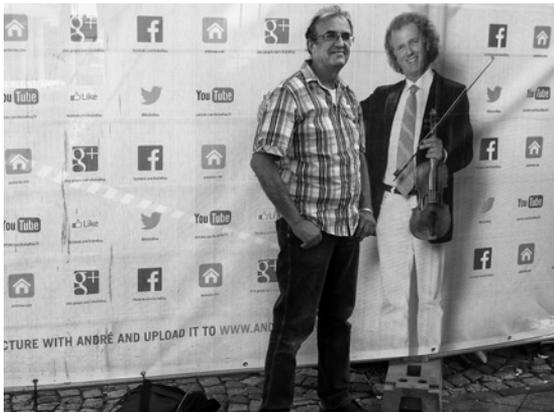


Abb. 1 Ein Besucher mit einem lebensgroßem André-Rieu-Bild am Vrijthof-Platz Maastricht, Juli 2013

Medientechnologien hervorzuheben, wobei «Medium» hier über die Kopplung von Celebrities mit Massenmedien hinaus auch soziale Medien umfasst. Wissenschaftler_innen wie Vivian Sobchack,¹ Birgit Meyer² und Marleen de Witte³ haben überzeugend zeigen können, dass Gegenüberstellungen von «wahrhaft» oder «authentisch» versus «quasi», «fantastisch» oder «falsch» die Vermittlungsprozesse ausblenden, durch die Menschen ihre Realität formen. Folglich sollten wir danach fragen, wie solche Vermittlungen funktionieren, eine Untersuchung, die auch soziale und kulturelle Kontexte mit einbezieht, da unterschiedliche zeitliche und

räumliche Zusammenhänge auch unterschiedliche Celebrities und Celebrity-Cultures hervorbringen. Ich verwende «Celebrities» und «Celebrity-Culture» als Konzepte,⁴ die unsere Aufmerksamkeit auf die Bedeutung von Medien und Vermittlungsprozessen bei der Erzeugung von Ruhm lenken. Ein solches Verständnis von Berühmtheit (*fame*) als eines auf spezifische Weise hergestellten Zustands führt zu der Frage nach dem Verhältnis von Celebrity und Echtheit: ein Thema, bei dem der Bedeutung von «Charisma» Rechnung zu tragen ist, das oft als ein Hauptschauplatz der Authentizität von Celebrities behandelt wird.⁵

Mein Fokus liegt auf der Vernetzung, dem Zusammenspiel und der Konvergenz verschiedener Medientechnologien, die André Rieus Celebrity-Kultur eine weltweit sichtbare, materielle Präsenz verleihen. Auch wenn jedes Medium seine spezifischen materiellen und technologischen Eigenheiten hat und dementsprechende Möglichkeiten anbietet, verschiedene Formen des Publikums einzubinden, so sind es doch die intermedialen Beziehungen, die das Celebrity-Phänomen André Rieu erst konstituieren. Zwar ist W.J.T. Mitchell zufolge jedes Medium schon in sich intermedial.⁶ Dennoch gilt es herauszuarbeiten, auf welche Weise bestimmten intermedialen Prozessen eine Vorrangstellung eingeräumt wird und wie andere zugleich eingeschränkt werden. Was also sind die weitreichenderen Formen von kultureller Politik, in die die Produktion von «André Rieu» eingebettet ist?

Auch wenn sie als Konzerte präsentiert und wahrgenommen werden, sind die Aufführungen von André Rieu multimediale Allround-Spektakel, die humorvolle Einlagen, Erzählungen, Screen-Effekte, Lichtershow, Feuerwerke und Überraschungen miteinschließen. Insgesamt gesehen wird eine Vielzahl von ästhetischen Effekten eingesetzt, um ein fröhliches, sentimentales, farbenprächtiges und spielerisches Ambiente zu erzeugen und das Publikum zu einem körperlichen Mitmachen zu verführen, das über das bloße Hören hinausgeht: Mitsingen, Walzer tanzen und Dazwischenrufen. Entgegen gängiger Vorstellungen und im Unterschied zu anderen Arbeiten zu Rieu,⁷ möchte ich zunächst zeigen, dass dieses Mitmachen nicht auf Live-Performances beschränkt ist und

¹ Vivian Sobchack: *Embodying Transcendence: On the Literal, the Material, and the Cinematic Sublime*, in: *Material Religion. The Journal of Objects, Art and Belief*, Vol. 4, Nr. 2, 2008, 194–203.

² Birgit Meyer: *Mediation and the Genesis of Presence: Towards a Material Approach to Religion*, Antrittsvorlesung, Utrecht 2012.

³ Marleen de Witte: *Altar Media's Living World: Televised Charismatic Christianity in Ghana*, in: *Journal of Religion in Africa*, Vol. 33, Nr. 2, 2003, 172–202; dies.: *Fans and Followers. Marketing Charisma, Making Religious Celebrity in Ghana*, in: *Australian Religion Studies Review*, Vol. 24, Nr. 3, 2011, 231–253.

⁴ Mein Ansatz unterscheidet sich von einer stärker soziologisch ausgerichteten Perspektive, z. B. Olivier Driessens: *Celebrity Capital: Redefining Celebrity Using Field Theory*, in: *Theory and Society*, Vol. 42, Nr. 5, 2013, 543–560.

⁵ Vgl. Richard Dyer: *Stars*, London 1998 [1979]; John Potts: *A History of Charisma*, Houndmills, Basingstoke, New York 2009.

⁶ W. J. T. Mitchell: *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago 1995.

dass die Live-Performances wiederum keineswegs <realere> oder <authentischere> Erfahrungen als andere Medien gewähren. Mein zweiter Punkt ist, dass dieses Medienpotenzial zu einem zentralen Mittel geworden ist, ein Bild von André Rieu zu erschaffen, das ihn sowohl als Person als auch in seinem musikalischen Stil als zugänglich erscheinen lässt. So zeigt das oben beschriebene Beispiel, wie selbst der Zaun, der die Fans eigentlich abschirmen soll, zu einem Medium gemacht wird, das sie mit einbezieht.

Meine Forschung über André Rieu umfasst Feldstudien bei den sogenannten *Vrijthof Concerts* 2013 und 2014 in Maastricht (die Hauptstadt der niederländischen Provinz Limburg, Rieus Geburtsstadt) sowie Analysen von DVDs, YouTube-Videos, Rieus eigenen Aufzeichnungen, Real-Life-Serien über seine Touren, Making-ofs, Special Features, Nachrichtenausschnitten, Fanseiten und anderen Medien, sämtliche Gelegenheiten, bei denen «André Rieu» das Thema ist.



Abb. 2 Der Vrijthof-Platz kurz vor Konzertbeginn der *Love in Venice*-Konzertreihe 2014: Bühne, seitliche Bildschirme und venezianische Kulisse

André Rieu herstellen

Im Laufe der letzten zwanzig Jahre hat sich André Rieu von einem lediglich lokal bekannten niederländischen Musiker zu einem Violinisten und Performer von Weltruhm entwickelt. Um seinen Bekanntheitsgrad zu illustrieren: 2010 schlug Rieu Bruce Springsteen als der meisteingeladene männliche Künstler der Welt.⁸ Auf der Liste der weltweit am besten verdienenden Künstler_innen von 2011 kam Rieu auf Platz 15, direkt hinter Lady Gaga.⁹ Zusammen mit seinem Johann Strauss Orchester gibt Rieu über 100 Konzerte pro Jahr und fügt damit jährlich dem Rekord der Anzahl von Ländern, in denen er aufgetreten ist, neue Einträge hinzu.

Dennoch zeichnet sich André Rieus Celebrity-Status durch Ambiguität aus. Die Kategorie der Celebrity beinhaltet oft eine Art von «Berüchtigtsein», üblicherweise irgendein unmoralisches Verhalten.¹⁰ In Rieus Fall ist sein Fehlverhalten im Musikalischen selbst zu finden: Er überschreitet fest etablierte kulturelle Grenzen. Rieu hat sich selbst einer zivilisatorischen Mission verschrieben: klassische Musik zugänglich zu machen für Menschen, die sonst keine klassische Musik hören würden. Dies tut er, indem er Originalstücke als kürzere oder «leichtere» Interpretationen «für das untrainierte Ohr» adaptiert und indem er seine Auftritte fröhlich und dynamisch gestaltet – im Gegensatz zu, in Rieus Worten, der «einschüchternden Etiquette» und «restriktiven Atmosphäre der Konzerthallen».¹¹ Man könnte denken, dass eine solche Kultur popularisierter klassischer Musik diejenigen, die sie nicht schätzen, überwiegend gleichgültig lassen würde. Bei Rieu wirkt die Faszinationskraft jedoch in zwei Richtungen: In bestimmten (zumindest niederländischen) Kreisen reicht schon die bloße

⁷ Vgl. Maaike Meijer, Jac van den Boogard, Peter Peters: *Rieu: Maestro zonder Grenzen*, Amsterdam 2015.

⁸ André Rieu Best Selling Male Artist of the World, Pressemitteilung online unter press.andrerieu.com/andre-rieu-best-selling-male-artist-of-the-world, dort datiert 27.7.2009, gesehen am 14.12.2016; Brian Viner: The King of Schmalz who's waltzed his way to be bigger than [sic] Springsteen: How André Rieu conquered classical music, in: *DailyMail UK*, <http://dailymail.co.uk/0/celebrity/0/andre-rieu-best-selling-male-artist-of-the-world>, dort datiert 13.11.2012, last update 14.12.2012, gesehen am 14.12.2016.

⁹ Jährliches Pollstar-Ranking der Top 25 Worldwide Tours, Erhebungszeitraum 1.1.2011–31.12.2011, in: *Pollstar* (Fachmagazin für den weltweiten Konzertmarkt), online unter www.pollstarpro.com/charts/2011YearEndTop25WorldwideTours.pdf, gesehen am 14.12.2016.

¹⁰ Chris Rojek: *Celebrity*, London 2001.

¹¹ So z. B. formuliert in Marjorie Rieus Semi-Autobiografie *André Rieu: My Music, My Life*, London 2013, 189.

Erwähnung seines Namens, um starke Gefühle der Aversion, und sogar Abscheu, hervorzurufen.¹² Erlin Hurleys Aussage über die aus Quebec stammende Promi-Sängerin Céline Dion paraphrasierend könnte man sagen, dass die «af-fektive Qualität» des «Phänomens André Rieu» offenbar stark genug ist, um auch Menschen außerhalb des Kreises der Rieu-Aficionados zu bewegen.¹³ Im Auslösen intensiver, sowohl positiver wie auch negativer emotionaler Reaktionen ist Rieus Celebrity-Status tatsächlich vergleichbar mit dem von Dion.¹⁴

Da die visuelle Dimension von André Rieus Auftritten ebenso wichtig ist wie die auditive, sind André Rieus Konzerte auf DVDs und nicht auf CDs verfügbar. In der André-Rieu-Celebrity-Kultur sind DVDs das vorrangige Medium, um Anhängerschaften rund um den Globus zu schaffen. Das wirft die Frage auf, welche spezifischen Features einer DVD-Aufnahme dafür entscheidend sind, dass die Erfahrung von Nähe und Intimität selbst in weit entfernten Publikumsgruppen erzeugt wird. Um die vermittelnden Qualitäten der DVDs herauszuarbeiten und um zu untersuchen, wie diese Rieus Charisma kommunizieren und dessen intendierte Wirkungen etablieren, greife ich auf Marleen de Wittes Arbeit über charismatische Kirchen in Ghana zurück. De Witte betont darin den in Max Webers Definition von Charisma häufig übersehenen Aspekt, dass dieses als grundsätzlich «relational» aufzufassen ist.¹⁵ Webers Gedankenbewegung von einem Verständnis von Charisma als eines speziellen (übernatürlichen) Geschenks oder einer Gnade hin zu einer Vorstellung von Charisma, die die Wahrnehmung in den Vordergrund stellt,

lässt Raum für menschliche Agency: Die Wahrnehmung kann durch strategische Repräsentation beeinflusst oder manipuliert werden. Somit liegt Charisma in der Fähigkeit eines Anführers, erfolgreich ein Bild von sich selbst als außergewöhnlichem Anführer oder, gemäß pfingstlicher Bestimmungen, als einem «gesalbten Mann Gottes» zu entwerfen. Medien sind effektive Hilfsmittel für solche Selbstdarstellungen.¹⁶

Mit Bezug auf die Funktion medialer Vermittlung stimmt De Witte mit Eva Horn überein, die feststellt, dass Weber die Frage, wie Charisma hergestellt und erhalten wird, kaum adressiert: «Charisma wird durch die Repräsentation eines Individuums als außergewöhnlich und «benedet» hervorgebracht – durch Repräsentation sowohl als Selbstrepräsentation oder «Performance» wie auch durch die Wahrnehmung in den Augen der Anhänger».¹⁷ Während Horns Interesse sich auf die Hervorbringung von Charisma in der Literatur bezieht, diskutiert mein Beitrag DVDs als Mittel, Charisma zu produzieren und Intimität mit dem Objekt der Verehrung herzustellen.

Der nächste Abschnitt dient der ethnografischen Einführung in die Bedeutung von Zugänglichkeit und Nähe mit Bezug auf die *Vrijthof Concerts*. Innerhalb des globalen Spektrums der Live-Auftritte von André Rieu nehmen die *Vrijthof Concerts* eine besondere Stellung ein. Für André-Rieu-Liebhaber_innen überall auf der Welt birgt die Vorstellung, dass der Maestro in seiner Heimatstadt auftritt, das Versprechen von echter Nähe zu ihrem Objekt der Verehrung.

¹² Um solch starke Reaktionen auf Rieu zu verstehen, hilft es, William Millers Überlegungen dazu, was Abscheu tut, zu bedenken: «Abscheu hilft dabei, Grenzen zwischen uns und denen, mir und dir zu definieren. Sie hilft dabei zu verhindern, dass unser Weg in deren Weg subsumiert wird», (Ian William Miller: *The Anatomy of Disgust*, Cambridge, Mass., 1997, 50.) Auch Verachtung, die «benachbarte», hierarchisch mildere Emotion der Abscheu, ist hier von Bedeutung (vgl. ebd. 32 f.), da sie auf den Aspekt des Kitschs in der Bewertung von Geschmack verweist. Der Rahmen dieses Beitrags erlaubt es jedoch nicht, genau auf diese Punkte einzugehen.

¹³ Erin Hurley: *National Performance. Representing Quebec from Expo 67 to Céline Dion*, Toronto 2011.

¹⁴ Vgl. ebd., 158–161.

¹⁵ De Witte: *Fans and Followers*, 234.

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Eva Horn: Introduction, in: *New German Critique*, Vol. 38, Nr. 114, 2011, 1–16, hier 11.

In wachsender Anzahl kommen Fans nach Maastricht, was diese Konzerte zu transnationalen Events macht.¹⁸ Der bei weitem größte Teil der Fans, die im Ausland leben, wird es nie zu einem *Vrijthof Concert* schaffen. Zugang zu diesen Auftritten haben sie nur durch DVDs.

LIVE-STREAMING-EVENT, *Freitag, 8. Juli 2016, 20.15 Uhr*

Ich sitze vor meinem Computer und erwarte das allererste André-Rieu-Live-Streaming-Event, ein Auftakt zum ersten Konzert der André-Rieu-*Vrijthof Concerts*-Reihe 2016. Seit 2005 hat André Rieu jedes Jahr im Juni/Juli einige Open-Air-Auftritte auf dem Vrijthof, Maastrichts zentralem Platz. Dieses Jahr wird Rieu sein fünfundsechzigstes *Vrijthof Concert* geben, bei dem am Sonntag, den 17. Juli die oder der fünfhunderttausendste Besucher_in erwartet wird.

Früher an diesem Freitag wurden Abonentinnen und Abonnenten des *Offiziellen André Rieu Newsletters* per E-Mail oder Facebook dazu eingeladen, das einzigartige Live-Streaming-Event auf André Rieus YouTube-Kanal oder auf Facebook anzuschauen:

Vor dem Beginn des ersten Maastricht [Vrijthof] Konzerts wird Andrés Sohn Pierre seinen Vater interviewen und Ihnen einen Vorgeschmack auf die Atmosphäre der Konzerte geben. Schalten Sie ein in den Live-Stream, heute Abend um 20:15 CEST.

Nach der Eröffnung mit einem Still von einer Webkamera, die den voll besetzten Platz von hoch oben überschaut, wechselt das Bild zu dem einer Kamera auf Straßenhöhe. Die Kamera zoomt auf Pierre Rieu, der beginnt:

Meine Damen und Herren. Willkommen live auf dem Vrijthof in Maastricht. Heute Abend wird es das neunundfünfzigste Konzert sein, und zum allerersten Mal werde ich Sie über den Platz führen. Es ist eine sehr große Ehre für mich. Also, folgen Sie mir, und ich werde versuchen, Ihnen ein bisschen von der Begeisterung zu zeigen, die hier auf dem Platz herrscht, 11.500 Menschen sind hier versammelt, um einen Mann zu sehen, nur einen Mann allein und sein fantastisches Johann Strauss Orchester.

Während die Kamera einen temporären Walk of Fame zeigt, dessen Sterne auch auf das Emblem von Maastricht, einen silbernen Stern, verweisen, fährt Pierre Rieu fort:

Wir laufen auf dem Walk of Fame: Ich sehe Amira, ich sehe die Josti Band, ich sehe Anthony Hopkins, all die Stars, die in der Vergangenheit mit André aufgetreten sind.

Obwohl sich die einzelnen Sterne auf dem Walk in ihrer Größe stark unterscheiden, verbindet sie eine Gemeinsamkeit: Sie alle haben mit «André» performt. Gleich von Anfang an sieht man begeisterte Fans, die sich mit enthusiastischen oder liebevollen Nachrichten präsentieren, viele mit expliziter Erwähnung ihrer Nationalität: rumänisch, südafrikanisch, kolumbianisch, türkisch, niederländisch – um nur einige zu nennen. Auf diese Weise

¹⁸ Die *Vrijthof Concert*-Reihe konnte 2013 rund 90.000 Menschen anziehen, von denen 65.000 aus dem Ausland kamen.

beteiligen sie sich an einem spezifischen André-Rieu-Konzertritual und demonstrieren ihre Vertrautheit mit «André Rieu», und mit den *Vrijthof Concerts* im Besonderen.¹⁹ Bei all seinen Auftritten hebt Rieu stets die internationale Zusammenstellung seines Orchesters hervor, indem er die Nationalitäten der Mitglieder aufzählt. In Maastricht, wo so viele Menschen aus dem Ausland angereist sind, unterstreicht Rieu jedoch auch die internationale Zusammenstellung seines Publikums. Normalerweise eröffnet Rieu ein Konzert mit Worten wie:

Guten Abend, meine Damen und Herren. Fantastisch, dass Sie alle heute Abend hierhergekommen sind, um mit uns zusammen zu sein, ein ganzer Abend voller Musik! Wir sind von überall aus der Welt gekommen, um heute Abend für Sie zu spielen. Allein in meinem Orchester gibt es schon mehr als zehn Nationalitäten. Die Solisten heute Abend kommen wirklich aus der ganzen Welt.²⁰

Daraufhin nennt Rieu die verschiedenen Nationalitäten der Orchestermitglieder. Wenn die Aufführung im Ausland stattfindet, antwortet das Publikum (kurz) mit Applaus für jede Nationalität. Aber bei den *Vrijthof Concerts* sind es die Menschen im Publikum aus dem jeweils genannten Land, die mit Applaus, Jubelrufen und dem Winken mit Papier-Nationalflaggen antworten werden, während die Kamera an sie heranzoomt, um sie dem gesamten Publikum auf den Bühnenleinwänden zu zeigen. Solch eine ritualisierte Interaktion zwischen Rieu und seinem Publikum konnte sich nur in Maastricht entwickeln, da sich das Publikum an anderen Orten hauptsächlich aus den Einwohner_innen des jeweiligen Landes zusammensetzt.

Bei den *Vrijthof Concerts* ist ein weiteres, elaborierteres Ritual der Nennung von Nationalitäten im Programm vorgesehen, als Vorspiel für die zweite Konzerthälfte. Als Zeichen dafür, dass die Pause vorbei ist, erscheint Rieu bald wieder auf der Bühne und erklärt, dass sie nur weiterspielen können, wenn alle sich gesetzt haben. Um die Menschen dabei etwas anzutreiben, neckt Rieu diejenigen, die «zu spät» kommen, wobei manche von ihnen, zum allgemeinen Vergnügen des Publikums, bei ihrer Hast zu den Stühlen bis ins kleinste Detail auf die Leinwände projiziert werden. Zusätzlich, «um die Zeit zu vertreiben, während wir warten», wendet sich Rieu direkt ans Publikum mit Fragen wie «Wie viele Menschen hier sind aus ...?» Die stetig wachsende Liste der erwähnten Nationen hält Schritt mit der wachsenden Anzahl der Länder, in denen das JSO aufgetreten ist. Diese Momente erlauben es Rieu, seinen Status als globale Celebrity zur Sprache zu bringen und zu bestätigen. Gleichzeitig können sich die Mitglieder des Publikums so fühlen, als würden sie vom Maestro in einem Moment der Innigkeit wahrgenommen.

Das Live-Streaming-Event suggeriert einen unmittelbaren Zugang zu dem Platz. Dadurch versucht Rieu auch, die entfernt lebenden Aficionados zu erreichen. Zwar gibt Pierre Rieu diesem Publikum einen Vorgeschmack auf die erwartungsvolle Atmosphäre – aber das Streaming endet, wenn das Konzert

¹⁹ Irene Stengs: *Waltz Politics. Music, Peace and Cultural Memory in the Performances of André Rieu*, in: Ana Hofman, Thomas Hilder (Hg.): *Music and Cultural Memory in Post-1989 Europe: Sounding Contested Space*, im Erscheinen.

²⁰ YouTube-Video, User-Kanal Ovidiu State: *André Rieu Prague Concert Full HD*, www.youtube.com/watch?v=YdFwjDd3N4, Upload vom 27.9.2014, gesehen am 29.9.2016.

selbst beginnt. Für das Streaming-Publikum wurde es erst viel später auf DVD als Teil der Reihe *Live in Maastricht 2016* verfügbar.

Das Live-Streaming-Event zeigt die Bedeutung, die die Nähe zu einer Celebrity für beide beteiligten Seiten hat. Immerhin hat André Rieu den Live-Stream selbst organisiert, auch wenn er vermutlich aus kommerziellen Gründen das Streaming-Publikum nicht mehr zulässt, sobald das Konzert anfängt. Auch in Bezug auf das Publikum zeigt das Streaming-Event die Bedeutung der Nähe zu ihrer Celebrity. Die Besucher bezeugen ihre Anwesenheit und kommunizieren Rieu dabei ihre Liebe und Zuneigung. Durch das Erwähnen ihrer Nationalitäten partizipieren sie direkt am Repertoire der Rituale, die die *Vrijthof Concerts* gegenüber anderen Konzerten des Johann Strauss Orchesters auszeichnen.

(Von) André Rieu berührt

Im Juli 2015 führte ich eine ausgiebige Unterhaltung mit einem weiblichen Fan aus Malta, ihrer erwachsenen Tochter und ihrem Sohn sowie der Freundin des Sohnes. Wir sprachen darüber, was sie mit André Rieu verbindet. Am Tag, bevor wir uns trafen, hatten sie eines der *Vrijthof Concerts* besucht, und nun verbrachten sie ein paar Tage in Amsterdam. Der Urlaub war ein Weihnachtsgeschenk der Kinder für ihre Mutter, die sich sehr gewünscht hatte, einmal ein *Vrijthof Concert* zu besuchen. Die Frau hatte das erste Mal von André Rieu gehört, als im Frühjahr 2014 seine Interpretation von Schostakowitschs zweitem Walzer im Radio gespielt wurde. Sie fand das Musikstück so wundervoll, dass sie sofort mehr über André Rieu und seine Musik wissen wollte und anfang, sich YouTube-Videos und DVDs anzusehen. Zu dieser Zeit lag sie mit einer Grippe im Bett und war nicht in der Lage, etwas anderes zu unternehmen, sodass es nicht lange dauerte, bis sie alle möglichen Details über Rieu kannte: über seine Jugend, seine Ehe, seine Kinder und Enkel, sein Leben als Musiker, die Schwierigkeiten, die er überwinden musste, und dass er in einem mittelalterlichen Schloss in Maastricht lebte. Ihr Wissen umfasste auch den Kern der Mitglieder des Orchesters, ihre Namen, Eigenarten und Wohnorte. Wie sie es



Abb. 3 Screenshots des Live-streamings der Veranstaltung vom 8. Juli 2016. Pierre Rieu interviewt in britische Flaggen gehüllte Konzertbesucher, beziehungsweise seinen Vater. Im Chat melden sich begeisterte Anhänger aus verschiedenen Ländern zu Wort und bringen ihre Zuneigung zum Ausdruck. Der Livestream ist abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=7P8SPmR3M8Y

formulierte: «André Rieu ist der Rockstar unserer Altersgruppe» (die für sie aus Menschen im Alter zwischen 60 und 80 Jahren bestand). Ihr Sohn und ihre Tochter sprachen von der «Flitterwochenphase» ihrer Mutter mit André Rieu, eine Zeit, in der sie in einem fort von ihm redete.

Diese «Ursprungsgeschichte» der Frau unterscheidet sich von den meisten anderen, auf die ich bisher während meiner Recherche gestoßen bin. Normalerweise «entdecken» die Leute Rieu im Fernsehen oder während sie bei einem Freund eine DVD ansehen. Wie die Erzählung des Malta-Fans unterstreicht, war für sie auch das Anschauen von DVDs und YouTube ausschlaggebend, um mit «André» zu interagieren und eine wahre Anhängerin zu werden. Denn eigentlich, so erzählte sie mir, sei es zwar großartig, einmal dort gewesen zu sein, aber der echte Auftritt wäre sogar ein wenig enttäuschend gewesen, und letztendlich schaue sie sich lieber die DVDs an. Von dieser Erfahrung wurde mir schon öfter berichtet: dass sich die Menschen sehr viel enger eingebunden fühlten, wenn sie eine DVD anschauten, weil sie dann unmittelbare Zusammenhänge sahen zwischen dem, was auf der Bühne passierte (Rieu), und den Reaktionen aus dem Publikum. Jenseits des ökonomischen Aspekts ihrer Verkaufszahlen haben DVDs also ohne Frage noch ein eigenständiges Potenzial, mit dem sich vielleicht ihre Bedeutung innerhalb der André Rieu Celebrity Culture erklären lässt. Worauf ist das Potenzial dieses Mediums, ein Erlebnis von Nähe und Innigkeit mit einer spezifischen Celebrity zu kreieren, zurückzuführen?

Die DVDs von André Rieu werden schlicht beworben als Aufnahmen von bestimmten Konzerten, aber tatsächlich sind sie sorgfältig bearbeitet, um ein optimales «André-Rieu-Konzertenerlebnis» zu kreieren. Erstens zeigt die DVD *Live in Maastricht 2016*, dass die DVD nicht ein spezifisches Konzert wiedergibt, sondern aus den besten Auftritten und Bildern der Konzertreihe zusammengestellt ist. Zweitens, und hier unterscheidet sich die DVD grundsätzlich von den Bildern, die bei den Konzerten selbst gezeigt werden, räumen die DVDs dem Publikum eine bedeutende Rolle ein, die sich vom Live-Erlebnis in einer Menschenmasse stark unterscheidet. Die Live-Auftritte von André Rieu ziehen Tausende von Leuten an, wodurch es eine besondere Herausforderung wird, das Publikum zu «erreichen». Wo Rieu und sein Johann Strauss Orchester auch auftreten, ob im Freien oder in einem Stadion oder einer Konzerthalle, Rieu bringt immer seine eigene Bühne mit: eine griechische Tempelfassade in einem «universellen» Konzerthallenstil, mit großen Leinwänden an jeder Seite. Der gesamte Hintergrund der Tempelbühne ist ein gigantischer Bildschirm, eine Kulisse, die sich mit den jeweiligen Stücken verändert. Die Seitenbildschirme zeigen dagegen hauptsächlich Nahaufnahmen von André Rieu, den Solisten und dem Orchester, hin und wieder verschränkt mit Aufnahmen des Publikums. Vergrößerte Close-ups der Performer und Performerinnen sind entscheidend, da das Konzert sonst für den größten Teil des Publikums praktisch nicht zu sehen wäre.

Schaut man sich nun die DVDs an, so zeigt sich, dass sie auch auf eine ihnen eigene Weise diese Einschränkung überwinden und die Zuschauer_innen näher an André Rieu heranbringen. Um genauer zu bestimmen, wie die Schnittverfahren der DVD hinreichend Nähe kreieren, um sogar ein «Flitterwochengefühl» oder andere überschwängliche affektive André-Rieu-Anbindungen zu erzeugen, hilft erneut der Rekurs auf die Arbeiten De Wittes, insbesondere auf ihre Ausführungen zur ghanaischen charismatischen Kirche von Reverend Dr. Mensa Otabil. De Witte erkennt eine Parallele zwischen den Medienproduktionen dieser speziellen Kirche und der Art und Weise, wie US-Tele-Evangelisten die Aufnahmen ihrer Predigten zusammenschneiden, um sie zu einem Vehikel zu machen, durch das Menschen den «heiligen Geist» erfahren können. Auch André Rieus DVDs sind einem spezifischen Format entsprechend bearbeitet, um besondere charismatische Begegnungen herzustellen.

De Witte zeigt, dass der Prozess des Schneidens die Hervorbringung einer idealen öffentlichen Persönlichkeit beinhaltet, sowohl auf Seiten des Priesters als auch auf der seines Publikums²¹ – eine Analyse, die sehr gut auf die André-Rieu-DVDs übertragbar ist. Die Aufnahmen werden ausgewählt, um Rieus Charisma zu steigern; Close-ups vermitteln ein Gefühl von Innigkeit mit einer Person, die in Wirklichkeit praktisch unerreichbar ist; Weitwinkel-aufnahmen zeigen Rieu erhöht auf der Bühne – «der allgemeine Aufseher»²² –, der das Orchester ebenso gut dirigiert wie das Publikum. Das Format gewährleistet, dass «die Aufnahmen zur Botschaft passen».²³ Aufnahmen von dem, was auf der Bühne passiert, werden mit sorgfältig ausgesuchten Aufnahmen von Menschen aus dem Publikum kombiniert, insbesondere Close-ups von Menschen, die bestätigende Emotionen und Verhaltensweisen zeigen: lachen (nach einem Witz), aufmerksam zuhören (einer ernsthaften Passage oder Nachricht), berührte Menschen (durch melancholische Musik), romantische Paare (zu romantischer Musik) etc.

In ihrer Beschreibung der Schnittprozesse der *São Paulo DVD* (2014) erwähnt Maaïke Meijer, dass Aufnahmen von leeren Stühlen oder den Leerräumen zwischen den Sitzblöcken herausgeschnitten wurden, um den Eindruck eines voll besetzten Stadions zu erwecken.²⁴ Zusätzlich wählen die Cutter_innen – mit Rieu als Chefredakteur – Aufnahmen aus von «enthusiastischen, schönen und bewegten Menschen, Menschen, die tanzen, weinen und mitsingen».²⁵ Um eine Storyline zu kreieren, tauchen «dieselben Gesichter» immer und immer wieder auf. Dies impliziert, so möchte ich hinzufügen, dass die Menschen, die sich nicht richtig oder angemessen verhalten (essen, reden, gelangweilt aussehen), außen vorgelassen werden. Auf diese Weise lehrt die DVD das Publikum, wie es in Übereinstimmung mit dem Ideal zu antworten hat.²⁶ Meijer beendet ihre Beschreibung mit der Feststellung, dass «das Publikum als ein Darsteller zum Teil der Performance wird: Es führt die Emotion vor, die Wirkungsweise als einen unerlässlichen Teil des Ganzen».²⁷ Die Wirkung dieses «Effekts» auf die Menschen, die sich die DVD anschauen, ist für Meijers weitere Überlegungen allerdings kein Thema,

²¹ De Witte: Altar Media's Living World, 191.

²² Vgl. ebd.

²³ Vgl. ebd., 192.

²⁴ Meijer u. a.: Rieu: Maestro zonder Grenzen.

²⁵ Ebd., 45.

²⁶ Vgl. de Witte: Altar Media's Living World, 192–193.

²⁷ Meijer u. a.: Rieu: Maestro zonder Grenzen, 45.

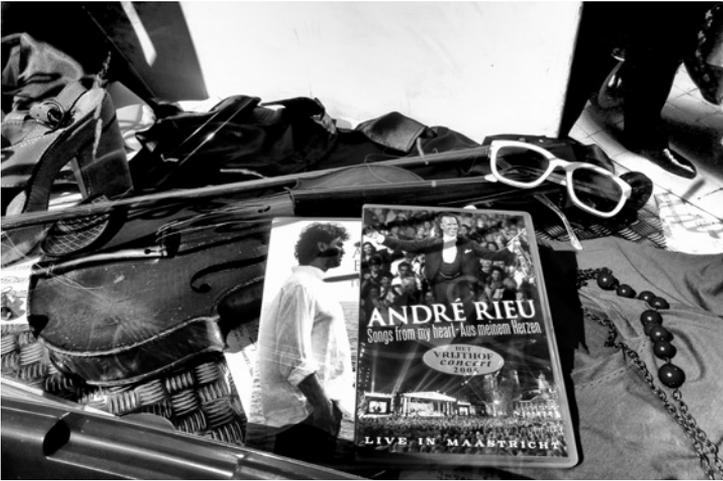


Abb. 4 Ein André Rieu gewidmetes Schaufenster, in dem die DVD des Vrijthof-Konzerts ausgestellt ist (Maastricht, Juli 2014)

Die Überzeugungskraft der DVD

Obwohl die André-Rieu-Aficionados diesen zwar als einen außergewöhnlichen Musiker und Performer wertschätzen, hängt sein Erfolg, das Publikum von seinen Qualitäten zu überzeugen, von seiner Fähigkeit ab, mittels *«authentischer»* Medienrepräsentationen von sich selbst und seinen Auftritten Charisma zu produzieren. Hierin ähnelt er den charismatischen ghanaischen Celebrity-Pastoren, mit denen sich De Wittes Studie befasst. Diese Medienrepräsentationen ermöglichen Erfahrungen von Nähe und Innigkeit auch auf die Entfernung, etwa beim Schauen eines Live-Streams oder einer DVD. Sowohl mein Material als auch meine Analyse stehen im Gegensatz zu Studien wie der von Meijer, Van den Boogard und Peters, die dem *«realen Leben»* mehr *Wahrhaftigkeit*, *Authentizität* oder *Wirkung* zuschreiben. Wie der Fall des Fans aus Malta gezeigt hat, ist eine DVD nicht unbedingt weniger effektiv im Erzeugen von André-Rieu-Erlebnissen als eine Live-Performance. Es sind genau solche Erfahrungen eines affektiven Zusammentreffens, eines *«Berührtwerdens»*, die die Überzeugungskraft des Mediums DVD demonstrieren. Von Celebrities werden sie als Mittel genutzt, um Charisma zu produzieren, und von den begeisterten Anhänger_innen, um Intimität mit dem Objekt der Verehrung herzustellen.

²⁸ Meijer u. a.: *Rieu: Maestro zonder Grenzen*, 37, 48–50.

Aus dem Englischen von Mirjam Kappes

Für ihre konstruktiven Kommentare und Anregungen bin ich Peter Rehberg, Brigitte Weingart und meinen zwei anonymen Reviewern zu Dank verpflichtet. Ich danke auch Jeroen Beets für seine kritische Lektüre und Bearbeitung des Textes sowie Markus Balkenhol für seine Hilfe bei der Durchsicht der Übersetzung.