

# K-Pop als Irritationsmoment der Didaktik populärer Musik

## *Ästhetik, Produktionslogiken und Konsequenzen für den Musikunterricht*

von **Julia Löffler**

Professorales Gutachten: Vertretungsprofessor Dr. Chris Kattenbeck

Studentisches Gutachten: Robert Betge

### KURZBIOGRAFIE

**Julia Löffler** hat Lehramt Musik für Gymnasium und Gesamtschule studiert und ist seit Oktober 2025 Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für Musik Detmold. Als langjähriges Mitglied des Netzwerks SchulmusikAustausch (SchMAus) hat sie ein intensives Interesse an Studiengangsentwicklung, beispielsweise zu sehen am Artikel in der musikunterricht aktuell 21 („Ist alles noch im richtigen Takt?“ von Löffler et al.). In ihrer Arbeit im Projekt Par.La.Mus an der HfM Detmold widmet sie sich Fragestellungen der Zugänglichkeit zum Musiklehramtsstudium und siedelt in diesem Bereich auch ihr Promotionsvorhaben an. Darüber hinaus setzt sie sich mit jugendkulturellen Musikpraxen sowie empirischen Fragestellungen zur Unterrichtsplanung und -durchführung auseinander.

### ABSTRACT

Der Beitrag untersucht K-Pop als spezifisches jugendkulturelles Phänomen und fragt nach dessen Bedeutung für eine zeitgemäße Didaktik populärer Musik. Ausgehend von einer systematischen Darstellung der historischen Entwicklung, ästhetischen Gestalt und Produktionsbedingungen des Genres werden insbesondere die Ausbildungsstrukturen von K-Pop-Idols sowie die damit verbundenen Norm- und Wertsetzungen analysiert. Erkenntnisleitend ist dabei die Frage nach dem Verhältnis von Mensch und Musik, das im Kontext von K-Pop durch Ökonomisierung, Intermedialität und ein eng gefasstes Kreativitätsverständnis neu konfiguriert wird. Auf dieser Grundlage werden musikpädagogische Potenziale, normative Prämissen und didaktische Irritationen herausgearbeitet, die sich aus der Auseinandersetzung mit K-Pop ergeben. Der Beitrag zeigt, dass K-Pop gängige Konzepte der Didaktik populärer Musik herausfordert und eine Weiterentwicklung bestehender Konzepte im Umgang mit intermedialen, stark marktorientierten Jugendkulturen erforderlich macht.

## 1. Einleitung

Die Didaktik populärer Musik ist ein im musikpädagogischen Diskurs vielfach bearbeitetes Feld. Von der Frage nach der „(Un-)Unterrichtbarkeit“ (Terhag, 1984) hat sich die Musikpädagogik mittlerweile weitestgehend verabschiedet (Rolle, 2010) und es gibt zahlreiche Konzepte, wie man sich in einer möglichst lebensweltnahen Weise mit der Musik der Schüler\*innen in musikdidaktischen Kontexten auseinandersetzen kann. Besonders im Fokus steht dabei aktuell der Bereich Musikpraxis in seinen verschiedenen Facetten: Klassenmusizieren als „eine der grundlegenden Möglichkeiten“ (Pfeiffer, 2025, S. 189) der Beschäftigung mit populärer Musik wird durch stets neu erscheinendes Noten- und Musiziermaterial als zentrale Methode für den Musikunterricht verankert. Dieser Trend steht in der Kritik, nicht zuletzt weil das Klassenmusizieren Praktiken der populären Musik, wie informelle Lernsettings und digitales Musizieren, kaum abbilden kann (Godau et al., 2025; Godau & Haenisch, 2022). Alternative Ansätze sollen vielmehr Kompositions- und Songwritingprozesse in den Fokus nehmen (Godau et al., 2025; Godau & Haenisch, 2022) und bilden das Potenzial zu einem neuen „musikpädagogischen ‚Trend‘“ (Sachsse, 2020a, S. 11). In den „Prämissen einer Popmusikpädagogik des 21. Jahrhunderts“ stellen Godau et al. (2025) einige normative Setzungen für den Bereich der populären Musik an, u.a. die Einheit von populärmusikalischer Praxis und informellem Lernen oder die Diversifizierung musikalischer Praktiken, sodass eine „Unterscheidung zwischen Songwriting und -produktion“ (ebd., S. 178) kaum noch zu rechtfertigen sei. Gerade durch Einbindung digitaler Medien in Form von DAWs und Social Media als Verbreitungsplattform bietet sich eine neue Basis für musikalische Agency, die „die in der Moderne geltenden Grenzen zwischen Profi und Amateur:in und Expert:in und Nichtexpert:in“ (Godau & Haenisch, 2022, S. 51) verwischen lassen und damit „Do-it-Yourself-(Musik-)Kulturen“ (ebd.) stark befördert werden.

Mit Blick auf diese Perspektiven von populärer Musik in der Musikpädagogik möchte der folgende Artikel anhand von K-Pop exemplarisch zeigen, wie ein einzelnes Genre neue Chancen und Potenziale im Musikunterricht eröffnen kann, gleichzeitig aber auch die bisherige Praxis irritiert und neue Bedarfe an eine Didaktik populärer Musik stellt. Dafür soll zunächst ein systematischer Überblick über das Phänomen gegeben werden, um das Genre als Gegenstand greifbar und dadurch die musikkulturelle Dimension von K-Pop, auch im Hinblick auf Intermedialität und Gender, sichtbar zu machen. Die Darstellung der Ausbildungsbedingungen von K-Pop-Idols und den damit verwobenen Produktionsbedingungen der Songs ermöglicht einen Einblick in genreimmanente Norm- und Wertsetzungen. Dabei soll der von Sachsse (2014) entfaltete Ansatz, Menschenbilder und Musikbegriffe in den Fokus zu nehmen erkenntnisleitend fungieren, da dadurch Rückschlüsse auf das dem K-Pop inhärente Verhältnis zwischen Mensch und Musik, sowohl auf Ebene der ausführenden Idols als auch in der Folge auf der Ebene der Konsumierenden bzw. der Fans, zulässt. Der Blick darauf, welche konkreten Auswirkungen diese Aspekte auf die musikpädagogische Praxis mit K-Pop als Gegenstand hat, zeigt nicht nur konkrete Potenziale der Behandlung von K-Pop im allgemeinbildenden Musikunterricht auf – es wird auch deutlich, dass das Genre bisherige Praxen im Umgang mit populärer Musik auf die Probe stellt

und eigene Bedarfe an eine normative Rahmensetzung sowie didaktische Herangehensweisen formuliert werden müssen.

Das Vorhaben muss unter der Prämisse der derzeitigen Quellenlage verstanden werden. K-Pop stellt in vielen Forschungsbereichen derzeit noch ein wissenschaftliches Desiderat dar. Dies erschwert einen fundierten Blick auf K-Pop und erfordert eine ganzheitliche Aufarbeitung des Genres hinsichtlich Entstehungsbedingungen, Ästhetik und daraus folgenden Implikationen für eine musikdidaktische Perspektive. Ebenso ist die grundsätzliche Quellenlage zu K-Pop als Musikgenre kritisch zu sehen, da die Berichterstattung und Forschung häufig entweder aus einer journalistischen Perspektive oder mit einer werbestrategischen Intention verfasst wurde und somit kaum objektive und belastbare Quellen herangezogen werden können. Als weitere Perspektive wurden vereinzelt Dokumentationen zu einzelnen K-Pop-Gruppen (Mones & Suh, 2020; Kim et al, 2012) herangezogen, die zwar nur selektive Einblicke geben können, jedoch die Praxen innerhalb des Ausbildungssystems unmittelbar darstellen. Somit verfolgt der Artikel das Ziel, eine Grundlage der verschiedenen Aspekte von K-Pop auf wissenschaftlicher Basis darzustellen und Anknüpfungspunkte für vertiefte Betrachtungen des Genres aufzuzeigen. Diese sind lediglich als exemplarisch aufzufassen und können, insbesondere aufgrund der stetig im Wandel befindlichen performativen Komponente musikalischer Jugendkulturen, nur als Momentaufnahme begriffen werden.

## 2. Grundlagen: Historische und musikkulturelle Gestalt von K-Pop

### 2.1. Historische Entwicklung des K-Pop

Auf der musikalisch-ästhetischen Ebene prägt die Person Seo Taiji maßgeblich das Genre, der im Jahr 1992 für große mediale Aufmerksamkeit sorgte, als er mit seiner Band *Seo Taiji & Boys* in einer koreanischen Castingshow auftrat. Musikalisch stellte die Gruppe mit „a mixture of rap, plaintive lyrics, and heavy metal sounds“ (Korean Culture and Information Service, 2010, S. 63) einen starken Kontrast zur übrigen populären Musik in Korea dar. Gängige Genres in dieser Zeit waren Balladen oder der postkolonial entstandene *Trot*<sup>1</sup>, die beide einen großen Fokus auf emotionalen Ausdruck und lyrische Ausdrucksweise setzten. Dass Taiji entsprechend sich durch einen sprachfokussierten und nah am Rap situierten Gesangsstil davon stark abheben konnte, erregte die Aufmerksamkeit des Publikums. Dieser Symbolcharakter als Kontrast zur bisherigen Populärmusik erhob *Seo Taiji & Boys* zu einer treibenden Kraft der sogenannten *New Generation* oder *sinsedae* (hierzu vgl. Jung, 2006 und Jung, 2017) und löste dadurch ein neues Interesse an Rap und somit eher US-amerikanisch assoziierten Musikgenres aus. Damit verbunden bzw. in der Forschung sogar primär vor der Musik stehend (vgl. Maliangkay, S. 300) zu nennen ist bis heute auch eine verstärkte

---

<sup>1</sup> Aufgrund der regionalen Beschränkung des Genres gibt es zu Trot nur wenige aussagekräftige und international verfügbare wissenschaftliche Annäherungen. Chang (2016, S. 60f) beschreibt es als Genre mit einem besonderen ästhetischen Wiedererkennungswert, wenngleich die musikalischen Ausgestaltungen innerhalb des Genres variieren und sich dem Zeitgeist der Gesellschaft anpassen (ebd., S. 63). Das Genre wird als besonders ambivalent wahrgenommen, da Trot ein musikkulturelles Produkt der Kolonialzeit Koreas unter japanischer Besetzung darstellt und sich musikalisch auch stark von traditionellen volkstümlichen Musikpraxen unterscheidet (Logie, 2022, S. 189).

Einbindung von performativen Tanzelementen und visueller Darstellung in der koreanischen populären Musik, die auf die „flamboyant choreography“ (Korean Culture and Information Service, 2010, S. 63) und die herausstechende visuelle Präsenz von *Seo Taiji & Boys* zurückzuführen ist. Nach dem Korean Culture and Information Service<sup>2</sup> (2010, S. 64) war die große Begeisterung der Jugendlichen gegenüber dieser Neuaufstellung populärer Musik in Korea der entscheidende Auslöser, diese erstmals als primäre Zielgruppe für Populärmusik in Korea wahrzunehmen und Inhalte speziell auf diese zuzuschneiden.

Auf der wirtschaftlichen Seite spielt das Unterhaltungsunternehmen *SM* eine besondere Rolle, welches diese Begeisterung nutzbar machte, in ökonomische Strukturen einbettete und Populärmusik speziell für eine jugendliche Zielgruppe produzierte. *SM* bezeichnen ihre Arbeit als „pioneering the comprehensive artist development system, covering casting, training, production, and management, setting the stage for what K-POP is today“ mit der Mission, „to redefine K-POP and K-Culture, pushing boundaries, and setting new standards for entertainment“ (SM Entertainment Group, o. J.). Demnach ist davon auszugehen, dass *SM* durch die firmeninterne Aufstellung gleichzeitig die Maßstäbe und Strukturen gesetzt hat, die die Grundlage für alle mittlerweile vorherrschenden Prozesse in der auf Populärmusik ausgerichteten Musikindustrie in Korea bilden und diese nach wie vor mit ihren Produkten prägen<sup>3</sup>.

Heutzutage ist K-Pop vor allem durch die aufwendige visuelle Inszenierung sowie die mediale Präsenz der Künstler\*innen bekannt. Die dabei wirksamen Prozesse sind hochgradig auf wirtschaftliche Effizienz ausgelegt, sodass ästhetische Entscheidungen hinsichtlich Outfits, Bewegungen etc. der Idols<sup>4</sup> an die jeweilige Zielgruppe angepasst werden (Seabrook, 2012). Ebenso resultiert das Geschäftsmodell, welches international renommierte Songwriter außerhalb von Korea mit lokalen, ausführenden Idols kombiniert und Werbemaßnahmen vorwiegend über Social Media vorsieht (Park, 2013, S. 28f), in einem Produkt, welches stark auf die derzeitige Medienlandschaft und bestmöglichem Erfolg in dieser angepasst ist.

Dementsprechend einfach ist es, die Kinder und Jugendliche in ihren medialen Praxen anzusprechen: Fanszenen und Angebote wie das *Bangtan Universe* der Gruppe *BTS* (vgl. Bloch, 2019) schaffen Sozialisationsmöglichkeiten mit den Idols selbst oder auch mit gleichgesinnten Fans. Hier wird bereits deutlich, dass in dieser musikalischen Jugendkultur ein „Angelpunkt jugendlicher Freizeit- und Konsumkultur“ angestrebt wird und dass die Rezeption nicht beim

---

<sup>2</sup> Hierbei handelte es sich um eine Initiative, die 1971 vom südkoreanischen Ministerium für Kultur, Sport und Tourismus gegründet wurde. Ihre Aufgabe bestand darin, koreanische Kultur zu bewerben und den internationalen Austausch zu fördern, indem Kulturzentren in 30 Ländern weltweit errichtet wurden. Die Initiative wurde im Jahr 2024 in das Ministerium für Kultur, Sport und Tourismus eingegliedert.

<sup>3</sup> Die Bedeutung von *SM* ist insofern zu verstehen, dass sie als das erste Unterhaltungsunternehmen gelten, welches eine systematische Ausbildung von K-Pop etabliert hat. Bis heute gilt *SM* als bedeutende Größe auf dem koreanischen Musikmarkt, wenngleich die international bekanntesten Gruppen *Blackpink* und *BTS* bei Konkurrenzunternehmen unter Vertrag sind. Zuletzt erhielt *SM* erneut Aufmerksamkeit durch die Künstlerin *EJAE* (bekannt durch *KPop Demon Hunters*), die über viele Jahre erfolglos dort als Idol ausgebildet wurde und erst durch den Netflix-Film ihren Durchbruch schaffte (Abby, 2025).

<sup>4</sup> Das englische Wort *Idol* wird im Genre als gängige Bezeichnung für die einzelnen Künstler\*innen verwendet. Eine kontextualisierende Einordnung des Begriffs findet sich in Kapitel 3.2. Für die Bezeichnung der Einzelpersonen innerhalb einer *Girl-/Boyband* hat sich die Bezeichnung *Member* etabliert.

individuellen Hören endet, sondern als „sozialer und kultureller Prozess“ (Großegger, 2006, S. 29) verstanden werden muss.

## 2.2. Ästhetik des K-Pop

Charakteristisch für K-Pop sind die performativen Elemente, die durch *Seo Taiji & Boys* bereits etabliert wurden (vgl. Maliangkay, 2020, S. 300): Eine visuell hervorstechende Präsenz in Live-Auftritten und Musikvideos, die vor allem durch aufwendige Tanzchoreografien und auffällige bis hin zu überzeichneten Outfits und Styles der Members hergestellt wird. Abseits der visuellen Komponente gestaltet sich ein Definitionsversuch von K-Pop auf musikalischer Basis als sehr herausfordernd. Aus der Wortschöpfung selbst wird bereits deutlich, dass die lokale Komponente eine zentrale Rolle bei der Definition spielt (Kim et al., 2021, S. 1; Korean Culture and Information Service, 2010, S. 11) – deutlich gemacht durch die Integration koreanischer Songtexte oder z. T. auch Elemente traditioneller koreanischer Kultur<sup>5</sup>. Doch in der Praxis wird diese Abgrenzung als defizitär angesehen (Mones & Suh, 2020, 00:08:26-00:08:43) und stattdessen eine stilistische Binnendifferenzierung vorgenommen (Korean Culture and Information Service, 2011, S. 40-41). Diese enthält bei genauerem Hinsehen allerdings vorwiegend Attributierungen wie „strong popular appeal“, „distinctive concepts“ oder „professionalism and charisma“ (ebd.), die wenig aussagekräftig über das musikalische Wesen der Gruppen wirken. Somit lässt sich feststellen, dass sich die Gestalt von K-Pop weniger über konkrete musikalische Beschaffenheit als über die transkulturelle Grundstruktur definiert, in der nationale Identitäten bereits durch die Genrebezeichnung konstruiert werden, um diese anschließend, z. B. hinsichtlich der Ansprache durch popkulturelle Referenzen, wieder zu dekonstruieren (Leung, 2012, S. 14). Besonders herausstechend ist diese Tendenz bei den Songtexten, da vielfach auf koreanisch gesungen und gerappt wird, aber der Refrain zumeist englischen Text enthält oder auch immer wieder englische Schlagworte eingebaut werden<sup>6</sup>. Somit ist hier insgesamt ein „transformationalistische[r] Ansatz“ nach Sweers (2013, S. 173) zu erkennen, in dem Globalisierungsprozesse die Grundlage für ein komplex verwobenes Geflecht aus unterschiedlichen Musiktraditionen und musikalischen Einflüssen darstellen und die Sorge nach einer Homogenisierung und dem Verlust lokaler Traditionen (ebd., S. 172) den Potenzialen einer transkulturellen Ausrichtung untergeordnet ist. In der Summe entsteht somit ein Produkt, welches in der visuellen Vermarktung vorwiegend koreanisch wahrgenommen wird, gleichzeitig aber auf die Bedürfnisse des internationalen Musikmarkts zugeschnitten ist und somit eine globale Massentauglichkeit verfolgt.

Wenn über den Erfolg des Genres K-Pops gesprochen werden soll, kann dies nunmehr über gefühlte Wahrheiten gehen. Denn die gängigen Statistiken (z.B. Deutsches Musikinformationszentrum, 2025) geben zwar Rock/Pop als beliebtestes Genre unter den Jugendlichen an, differenzieren dabei aber nicht in weitere Subgenres. Als eine messbare

---

<sup>5</sup> So startet beispielsweise Blackpinks Song *Pink Venom* mit einem Intro, das mit dem koreanischen Saiteninstrument *geomungo* gespielt wird und im offiziellen Video auch sichtbar ist. Auch der Song *APT.* greift auf koreanisches Kulturgut zurück, indem er inhaltlich auf einem bekannten koreanischen Trinkspiel basiert.

<sup>6</sup> Besonders einschlägig ist beispielsweise der Song *Ddu-du Ddu-Du* von Blackpink, in dem lediglich im Refrain und der Bridge längere Phrasen auf Englisch gesungen werden und der übrige Song bis auf wenige Schlagworte komplett auf koreanisch performt wird.

Größe stellt sich der Erfolg des Soundtracks des jüngst erschienenen Animationsfilms *KPop Demon Hunters* dar, der sich in hochrangigen Chartplatzierungen des Soundtracks äußert (Soo-jung & Jung-in, 2025). Ebenso zeigen zahlreiche Kollaborationen zwischen etablierten Künstler\*innen der Popmusik und Akteur\*innen des K-Pop auf, dass das Genre auf dem internationalen Musikmarkt mehr Bedeutung und Aufmerksamkeit erlangt. So war der Song *APT.* von der koreanischen Sängerin *Rosé* und dem amerikanischen Sänger *Bruno Mars* im Jahr 2024 einer der meistgesuchten Songtitel auf Google (Kurp, 2024) und wurde vielfach ausgezeichnet, u.a. mit dem *MTV Video Music Award* für die Kategorie *Song of the Year* im Jahr 2025.

### 2.3. Verständnis von Gender im K-Pop

Ein Aspekt, der im Umgang mit K-Pop nicht vernachlässigt werden kann, ist die performative Konstruktion von Genderbildern in der Musikbranche sowie den daraus hervorgebrachten musikalischen Produkten. Diese lassen sich auf zwei Ebenen feststellen: Die Ebene der Idols und deren Performances sowie die Ebene der fankulturellen Bearbeitung dieser Inhalte (vgl. hierzu auch Shin, 2018).

Auf der Ebene der Idols kann beobachtet werden, dass Bands grundsätzlich geschlechterhomogen besetzt und Kooperationen von männlichen und weiblichen Künstler\*innen lediglich zwischen etablierten Solo-Künstler\*innen, wie z. B. beim Song *APT.* von *Rosé* und *Bruno Mars*, auffindbar sind. Insgesamt lässt sich in der koreanischen Musikindustrie ein strenger Umgang mit Gender und Sexualität vorfinden (Zhao, 2021, S. 1034), der mit u.a. Verboten von Dating ein Image der Idols als begehrten Singles sicherstellen soll und dementsprechend gemischte Gruppenzusammensetzungen diesem Ideal im Weg stehen würden. Gleichzeitig verstärkt diese Trennung ein binäres Gesellschaftsverständnis auf Künstler\*innenebene und bietet wenig Raum für queere und non-binäre Akteur\*innen. In den Inszenierungen von Männlichkeit und Weiblichkeit lassen sich bei den Boy- und Girlbands einschlägige Muster erkennen, die eine bestimmte Vorstellung von Gendernormen performativ konstruieren. Bei Girlbands ist eine starke Sexualisierung von Weiblichkeit (Kim, 2019) zu verzeichnen, während bei Boybands ein auf Weichheit und Emotionalität bedachtes maskulines Genderbild, auch als „soft masculinity“ bezeichnet, konstruiert wird (Shin, 2018, S. 90). Insbesondere die Konstruktion von Maskulinität im K-Pop ist ein Phänomen, welches im Vergleich zu den Idealen anglo-amerikanischer populärer Musik stark abweicht und dementsprechend auch vielfältig in der Genderforschung bearbeitet wurde (u.a. Kim & Son, 2025; Song & Velding, 2020).

Die Ebene der Rezipierenden in den Blick zu nehmen ist kein einfaches Unterfangen. Insbesondere zur Frage, inwiefern diese Genderkonstruktionen irritierend oder verstärkend auf bestehende normative Verständnisse wirken, geben verschiedene Studien verschiedene Antworten. Kim & Son (2025) sehen in K-Pop die Chance, alternative Konzepte von Maskulinität anzubieten und somit das gesellschaftlich normative Spektrum zu erweitern. Song & Velding (2020) konstituieren, dass durch die alternativen Konzepte von Maskulinität K-Pop in intersektionaler Perspektive gesellschaftlich beobachtbare rassistische Tendenzen, wie das stereotype Bild asiatischer Männer, verstärkt werden und eine kulturelle Distanzierung zur Folge hat. Kwon (2023) plädiert dafür, dass es für die Betrachtung von

Genderidentitäten im K-Pop einen eigenen Begriff benötigt, da es dem Phänomen nicht gerecht wird, eine westliche Lesart von Queerness anzulegen. Vielmehr soll mit dem Begriff der „K(Q)uerness“ (ebd.) ein Verständnis etabliert werden, welches über westlich etablierte binäre Strukturen hinweg gehen und K-Pop als Genre in einer intersektionalen Perspektive gerecht werden soll. Dieser Ansatz könnte auch die zahlreichen, auf K-Pop spezialisierten Fanpraktiken inkludieren. Insbesondere Musikvideos fungieren bei den sogenannten *fancos* (Abkürzung für *fan cosplays*) als Ausgangspunkt, aus dem diese Fanszene möglichst originalgetreue Kopien der Choreographien erarbeiten. Dabei steht vor allem der Cosplay-Aspekt im Fokus, da es sich um sogenanntes „cross-dressing“ (Shin, 2018, S. 89) handelt, d. h. junge Frauen tanzen und kleiden sich wie die männlich besetzten Boygroups. Aufgrund der Aufweichung des binären Gender- und Geschlechterbilds durch Infragestellen des normativen weiblichen bzw. männlichen Schönheitsideals (ebd., S. 90) entwickelte sich diese Fankultur zur einer Art „queer world“ (ebd., S. 99) als geschützter Raum für Selbstfindung und Akzeptanz.

### 3. Ausbildung von K-Pop-Idols

Durch die von Beginn an ins Genre eingebettete Ökonomisierung unterliegt K-Pop ganz besonderen Bedingungen in Bezug auf Marketing und Management, welche wiederum einen besonderen Reiz am Genre ausmachen (Leung, 2012, S.7). In der Ausbildung zum K-Pop-Idol werden bereits einschlägige Werte und Normen angelegt, welche immense Konsequenzen für die agierenden Idols und folglich auch auf deren Musik haben. Somit kann der Blick in jene Ausbildungsstrukturen als Zugangsmöglichkeit zu genrespezifischen Aspekten, wie dem Verhältnis von Mensch und Musik zueinander, gesehen werden und Erkenntnisse bieten, deren Geltung sich erst im Verständnis der Produktionsmechanismen und der ‚Maschinerie‘ hinter dem Genre erschließt.

#### 3.1. (Aus-)Bildungswege im K-Pop

Eine Systematisierung musikalischer Bildungswege im Genre K-Pop gestaltet sich als komplexes Unterfangen und weist in der derzeitigen Quellenlage noch zahlreiche Lücken auf. Derzeit ist davon auszugehen, dass die Ausbildung sowohl durch institutionalisierte Talentscreenings und Förderprogramme (Jeom-Ok, 2009; Ho, 2012) als auch in Form von unternehmensgeführten Ausbildungssystemen (vgl. Mones & Suh, 2020) stattfindet. Beide sind als sehr zulassungsbeschränkt zu beschreiben, da entweder eine hohe Aufnahmegebühr anfällt (Park, 2013, S. 26) oder durch die kapazitären Möglichkeiten eine sehr geringe Aufnahmequote vorliegt (Ho, 2009, S. 485f). Stark debattierte Themen sind in diesem Bereich unter anderem Verhaltensvorschriften in Form von beispielsweise Diäten oder anderen Restriktionen (vgl. Williamson, 2011; Choi, 2023, S. 142) sowie die Vertragsbindung an die Produktionsfirmen (Williamson, 2011)<sup>7</sup>. Eine gewisse Ambivalenz entsteht in dem Spannungsfeld zwischen Ausbildungsbedingungen und Außenwahrnehmung in der koreanischen Gesellschaft: Während neueste Untersuchungen zum Thema Kinderarbeit im K-

---

<sup>7</sup> Die Abbildung der vertraglichen Verhältnisse im wissenschaftlichen Kontext nimmt immer stärker zu (vgl. An, 2025), dennoch fehlt es weiterhin an Transparenz bzgl. der Vertragsbedingungen, um eine flächendeckende Aussage über die Bedingungen treffen zu können.

Pop (Lee et al., 2024) Forderungen nach mehr Transparenz in der Musikindustrie laut werden lassen, wird die Ausbildung in der koreanischen Gesellschaft gleichzeitig als „respectable, and hence ‚safe‘ pursuit“ (Ho, 2012, S. 476) attribuiert. Dies hängt maßgeblich mit den Werbemaßnahmen zusammen, die weniger die Musikbegeisterung oder den möglichen finanziellen Erfolg als den Erziehungsaspekt<sup>8</sup> der Ausbildung in den Vordergrund stellen. Dass dies auch verstärkt von den Produktionsfirmen wahrgenommen und fokussiert wird, wird deutlich anhand von Werbestrategien, in denen der Ausbildung zum K-Pop-Idol eine nationalpatriotische Absicht (ebd., S. 481) sowie eine Verpflichtung zu individueller Betreuung durch „love and care to each individual student as those of a mother’s“ (ebd., S. 485) zugeschrieben wird. Eine vertiefte Aufarbeitung dieses Spannungsfelds stellt eine vielversprechende Perspektive dar, um ein fundiertes Bild von Bildungsverständnissen in Südkorea und dem Einfluss ökonomischer Player zu skizzieren.

### 3.2. Stellenwert von Musik in der Ausbildung zum K-Pop-Idol

Die Ausbildung zum K-Pop-Idol setzt sich inhaltlich aus verschiedenen Bausteinen zusammen, die auf den Alltag als Idol entsprechend vorbereiten sollen. Die strukturelle und inhaltliche Ausgestaltung unterliegt den Unternehmen selbst, was eine große Varianz zulässt. Die Inhaltsbereiche reichen von musikbezogenen Fähigkeiten wie Tanz und Gesang über Sprach- und Schauspielunterricht bis hin zu sogenannten „media coachings“ (Seabrook, 2012), die Social Media- und Interviewpräsenz optimieren sollen. Als Lehrpersonal werden qualifizierte, renommierte Akteur\*innen aus dem Musikbusiness eingestellt (Park, 2013, S. 25), die die Jugendlichen in ihrem jeweiligen Fach unterweisen. Welche Voraussetzungen diese mitbringen und welche Rolle dabei pädagogische Qualifikationen spielen, ist unklar. Im Bereich der Bewertungsmechanismen wird ebenfalls deutlich, dass es sich weniger um eine musikalische Ausbildung mit entsprechenden pädagogischen Standards handelt als um einen hocheffizienten wirtschaftlichen Prozess, dessen Optimierung im Fokus steht: So berichtet ein Mitglied von *Blackpink* von schwer zu ertragenden Bewertungssituationen (Mones & Suh, 2020, 00:35:25-00:35:35) und auch im Umgang der Produzent\*innen mit den Members der *Nine Muses* (vgl. Kim et al., 2012, 00:16:45-00:18:37, 00:37:45-38:48) wird ein harter bis problematisch anmutender Umgang deutlich – insbesondere angesichts der Tatsache, dass viele der angehenden K-Pop-Idols noch minderjährig sein dürften.

Im Bereich der Zielsetzungen der Ausbildung fasst das folgende Zitat von einem Produzenten die Dimensionen samt Gewichtung gut zusammen: „First, beauty. Second, graciousness and humility. Third, dancing. And fourth, vocal“ (Seabrook, 2012). Bemerkenswert ist, dass sich diese Aussage vor allem auf körperliche und charakterliche Eigenschaften bezieht und die musikalischen Fähigkeiten, die in der Ausbildung zum K-Pop-Idol vermeintlich die wichtigsten Anteile sein sollten, nur eine nachrangige Rolle zu spielen scheinen. Ein Blick in konkrete Girlgroups ergibt ein konvergentes Bild, wenn in der Dokumentation zu den *Nine Muses* festgestellt wird: „Not all nine members can be good singers. And that kind of band doesn’t exist in reality“ (Kim et al., 2012). Auch bei *Blackpink* fällt auf, dass nur eines der vier Idols

---

<sup>8</sup> Konkret beziehen sich die Produktionsfirmen auf den Terminus *inseong gyoyuk*, was einem Wertekodex um die Begriffe „humility, obedience, loyalty and gratitude“ (Ho, 2012, S. 480) entspricht. Dieser ist eng mit koreanischen Erziehungsidealen verbunden und korrespondieren mit gesellschaftlichen Werten und Normen (ebd., S. 480f.).

einen musikalischen Hintergrund hat, während die anderen drei aus den Bereichen Schauspiel oder Tanz kommen (Mones & Suh, 2020). Dies impliziert zwei Grundsätze in der koreanischen Musikindustrie:

Einerseits ist die Bedeutung der Musik den visuellen Komponenten des Genres auch auf Basis der Fokussierung der Ausbildung zum K-Pop-Idol unterzuordnen. Im Kontext der Ästhetik des Genres, das stark auf elektronisch erzeugte Klänge und intensiv bearbeitete Vocals baut, kann auch die Frage in den Raum gestellt werden, inwiefern diese Schwerpunktsetzung in der Ausbildung als legitim angesehen werden kann. Schließlich basiert das Genre weniger auf einer Live-Performance-Kultur, sondern vielmehr auf digitalen Produkten auf Social Media, in denen visuelle Kultur eine stärkere Rolle spielt und durch Audiotbearbeitung musikalische Defizite mühelos ausgeglichen werden können.

Andererseits wird deutlich, dass die Zielsetzungen des Genres gleichzeitig Auswirkungen auf die Zielsetzungen und Zugangsvoraussetzungen der Ausbildung ausüben, da nicht die Begeisterung zur Musik oder musikpraktische Fähigkeiten ausschlaggebend für den Erfolg als K-Pop-Idol ist, sondern die individuelle Prädisposition in Charakter und Aussehen sowie der Wille, sein Leben dem Musikbusiness zu widmen. Diese Schwerpunktsetzung zeigt sich performativ, wenn letztgenannte Aspekte von den Produktionsfirmen als Grundlage für die Zusammenstellung von debütierenden Bands gewählt werden (Mones & Suh, 2020, 00:38:18-00:38:41; Kim et al., 2012, 00:38:48-00:41:50) und musikalische Fähigkeiten und das Zusammenwirken dieser im Bandkontext keine Rolle spielen.

Diese Grundsätze wirken sich auf das Bild von professionellen Musiker\*innen maßgeblich aus. Nach Aschenbach (2003, S. 151) sind sowohl musikalische als auch ökonomische Anteile des Berufsalltags essenziell und keiner der beiden Aspekte kann allein für eine erfolgreiche Karriere sorgen. Diese Definition ist insofern zu hinterfragen, dass im K-Pop sowohl die ökonomische Komponente als auch die produktive Schaffensarbeit, die in z. B. der Bandarbeit maßgeblich zur Identifikation mit der eigenen Musik beiträgt (Bullerjahn, 2003, S. 121), auf Dritte ausgelagert werden. Durch die Funktionsweise der koreanischen Musikindustrie fungieren die Künstler\*innen im K-Pop vielmehr als Reproduzent\*innen von extern geschriebenen Songs und sind nur selten selbst am Schaffensprozess der Musik beteiligt<sup>9</sup>. Womöglich hat sich in diesem Spannungsfeld auch der Begriff *K-Pop-Idol* ausgebildet, der durch seine Definition als „Gegenstand schwärmerischer Verehrung“ bzw. „Wunschbild von Jugendlichen“ (Dudenredaktion, o. J.) weniger Ausdruck von Kompetenzen der Künstler\*innen selbst, sondern der erwünschten Medienwirkung ist<sup>10</sup>. Eulenbach (2013) vertieft diese Perspektive, in dem er die Begriffe Star und Idol in Verbindung setzt. Dabei ist letzterer als Steigerung, insbesondere durch die Verehrung „über nationale Grenzen hinweg“ (ebd., S.

---

<sup>9</sup> Insofern stellt der Film *KPop Demon Hunters* Verzerrung und Ausnahme gleichermaßen dar: Einerseits werden im Film Songwritingprozesse der fiktiven Band HUNTR/X mit viel Eigeninitiative und Gestaltungsspielräumen der Idols gezeigt (vgl. Wong, Kang & Appelhans, 2025). Andererseits spielt Songwriterin EJAE auch die Frontfrau Rumi (zumindest die sängerischen Anteile) und ist somit in Personalunion für die Produktion und die Performance der Songs verantwortlich gewesen.

<sup>10</sup> Deutlich wird dies u.a. auch in der Verwendung des Begriffs im Song *Your Idol* aus dem Film *KPop Demon Hunters*, in dem die böse Dämonen-Boyband ihr Vorhaben besingen, durch ihren Vorbildcharakter als Idols die Zuhörer\*innen auf ihre dunkle Seite ziehen zu können (vgl. Wong, Kang & Appelhans, 2025).

252), des ersten zu begreifen. Der Hinweis auf die Tatsache, dass Idole „meist posthum ausgerufen werden“ und die dadurch entstehende Verbindung zur „Mythen- und Legendenbildung“ (ebd.) unterstreicht die Intention dieses Begriffs sowie die Priorisierung der Medien- und Öffentlichkeitswirksamkeit im Berufsbild.

### 3.3. Musikbegriff und Menschenbild im K-Pop

Im Anschluss an die benannten Umstände hinsichtlich Produktion von K-Pop bzw. Akquise von K-Pop-Idols kann ein spezifisches Verhältnis zwischen Mensch und Musik festgestellt werden. Das von Sachsse (2014, 2015) herausgearbeitete Verständnis, dass in musikpädagogischen Kontexten durch individuell geprägte Wert- und Normsetzungen nicht mit absoluten Verständnissen von Musik und Mensch gearbeitet werden kann, sondern diese jeweils nur als Bildkonstruktionen vorliegen, kann als Grundannahme wertvolle Rückschlüsse auf Normen im K-Pop zulassen. Ein Transfer der von ihm verwendeten Begrifflichkeiten lässt sich dabei nicht reibungslos vollziehen: So lässt sich die Ausbildung zum K-Pop-Idol auf verschiedenen Ebenen wohl kaum gleichsetzen mit einer musikpädagogischen Konzeption für den allgemeinbildenden Musikunterricht. Gleichwohl stellt die Infrastruktur, mit der K-Pop-Idols gezielt rekrutiert und ausgebildet werden, ein Spezifikum in der populären Musik dar, das, wie in Kapitel 3.1 bereits skizziert, auch eine selbstdefinierte pädagogische Zielsetzung verfolgt. Es kann somit auf Basis der vorliegenden Schilderungen der Produktionsbedingungen eine Verortung von Ausgangspunkten und Zielsetzungen, oder auch „Sein-Sollens-Bestimmungen“ (Sachsse, 2015, S. 102), der Ausbildung zum K-Pop-Idol vorgenommen werden und Rückschlüsse darauf gezogen werden, welche grundsätzlichen Implikationen diese auf das Verständnis des Genres als musikkulturelles Phänomen zulassen.

Das dem K-Pop zugrunde liegende System zur Genese von Songs sorgt in Bezug auf den Stellenwert von Musik für einen Paradigmenwechsel. Durch die fehlende Verbindung der Künstler\*innen zu ihren eigenen Songs kann der Musik kaum eine Rolle als individuelle subjektive Ausdrucksform zugeschrieben werden. Zwar ist es in der Populärmusik und -kultur eine Voraussetzung für Erfolg, „marktgängige Lifestyles und Bewusstseinstrends, die an dieses Lebensgefühl andocken, zu verarbeiten und darzustellen“ (Großegger, 2006, S. 35); allerdings wird diese Forderung im K-Pop nicht von den Künstler\*innen selbst übernommen, sondern grundsätzlich auf externe Songwriter verlagert, sodass eine gewisse Beliebigkeit darin entsteht, welche Songs zu welchen Girl-/Boygroups zugeordnet werden und das Verhältnis zwischen Trends und individuellem Gefühlsausdruck gar nicht von den Idols selbst ausgehandelt wird. Eine identifizierend-ästhetische Verbindung der Idols zu den Inhalten ihrer Songs ist demnach nicht vorhanden bzw. kann allenfalls nachträglich erfolgen. Somit wird in der koreanischen Musikindustrie der immanente Konflikt der „beiden postmodernen Supercodes, der des Ästhetischen und jener des Marktförmigen“ (Reckwitz, 2007, S. 110), durch eine Auslagerung aller ästhetisch-diskursiven Entscheidungen von den Künstler\*innen auf Dritte vermieden und die Auseinandersetzung mit Musik für die Idols auf eine möglichst markttaugliche Reproduktion reduziert. In der Folge kann der Musik selbst in diesem Gefüge das Attribut eines künstlerischen Ausdrucksmittels abgesprochen werden, und aufgrund der Ausrichtung auf kommerziellen Erfolg vielmehr durch einen Stellenwert als Konsumgut ersetzt werden. Dieses Bild initiiert eine Verzerrung des Verständnisses von Musik als kulturelle

Praxis<sup>11</sup>, was hinsichtlich der gesamtgesellschaftlichen Rolle von Musik einen Paradigmenwechsel darstellt.

Im Verständnis des Menschenbilds kann an diese Argumentation angeknüpft werden, da das Verhältnis zwischen Mensch und Musik gleichermaßen Aufschlüsse über bildgenerierende Sein-Sollens-Bestimmungen zulässt. Bezogen auf „den Platz des zu erziehenden und zu bildenden Subjekts“ (ebd., S. 103) wird deutlich, dass den Subjekten, in diesem Falle die K-Pop-Idols, nur wenig Gestaltungsfreiräume gelassen werden und sie vielmehr als Ausführende der Vorgaben ihres Managements ohne Anspruch auf Individualität fungieren. Aufgrund dieser Haltung sowie dem zentralen Stellenwert kommunikativer Prozesse im Kontext der medialen Verbreitung ist eine Verbindung zum Begriff des Kreativitätsdispositivs (Reckwitz 2016a, 2016b, 2012, 2007) naheliegend. Das Phänomen beschreibt einen gesellschaftlichen Wandel hin zu einer Kultur der Kreativität und des Neuen. Somit wird Kreativität zu einem gesellschaftlichen Leitprinzip, das einen Handlungsdruck bei z. B. Kulturschaffenden ausübt: Ohne stetige Innovation kann keine Aufmerksamkeit erlangt oder gehalten werden. Dies sorgt sowohl für eine intensive Publikumsausrichtung, da ständig neue Reize und emotionale Ansprache gefordert wird, als auch für Erschöpfung, da durch die Definition von Kreativität als Normalzustand mehr von den Kulturschaffenden abverlangt wird. Reckwitz beschreibt, wie zunehmend „[d]er Produktivismus des schöpferischen Subjekts [...] auf ein Minimum reduziert“ wird und an dessen Stelle die „Herstellung einer kommunikativen Relation zwischen Idee und Rezipient“ (Reckwitz, 2016a, S. 212) tritt. Somit kann der im Kontext von K-Pop bereits herausgestellte Schwerpunkt auf vorwiegend reproduktiven musikalischen Prozessen um eine kommunikative Komponente, welche die Bedeutung der Konsumierenden in diesem Gefüge nochmals betont, erweitert werden. Bezogen auf das Kreativitätsdispositiv muss im K-Pop der Begriff der Kreativität neu ausgehandelt werden, da diese nicht im (in diesem Fall musikalischen) Werk, sondern „in der performance des Künstlersubjekts selber“ bzw. in der „Gestaltung einer Künstlerpersönlichkeit als gegenüber einem Publikum nicht nur sichtbare, sondern vor allem unterscheidbare Oberfläche“ (ebd., S. 212) zu verorten ist. Der Einbezug des „Publikum[s] als eine zweite, komplementäre Instanz“ (ebd., S. 258) erscheint auch im K-Pop als zentrales Moment. Schließlich werden durch die Ausbildungsinhalte und die Vermarktung der Musik vorwiegend über Social Media Öffentlichkeitswirksamkeit und Kontakt mit den Fans intensiv im Genre verankert. Gleichzeitig ergibt sich aus dem Performanzdruck eine Widersprüchlichkeit im Menschenbild: Es ist (i. S. des „Seins“) festzustellen, dass zwar musikalische Fähigkeiten bei den Trainees vorausgesetzt werden, diese aber nicht einem innerhalb der Musikindustrie normierten Erwartungshorizont entstammen, sondern subjektiv durch die jeweiligen Funktionäre ausgelegt werden. Bei den musikbezogenen Zielvorstellungen (i. S. des „Sollens“) ist deutlich geworden, dass diese nicht nur einseitig reproduktiv formuliert, sondern auch entsprechend performativ-visuell gestaltet werden, um Raum für eine optimale Publikumswirksamkeit im Sinne des von Reckwitz formulierten Ideals zu schaffen. Zugunsten dieser Konsumorientierung werden Handlungsfelder in Bereichen von

---

<sup>11</sup> Natürlich finden weiterhin fankulturelle Praxen im Bereich K-Pop statt, die sich jedoch mehr auf die Bereiche Cosplay, Social-Media-Aktivitäten und Tanz fokussieren und weniger Musikpraxis im Sinne von produzierenden Tätigkeiten, wie z. B. Eigenkompositionen im Bereich K-Pop, integrieren.

Reflexion, Rezeption oder kreativ-schöpferischer Produktion ausgeblendet, da diese nicht zielführend für ein möglichst erfolgreiches Produkt sind<sup>12</sup>. Unter diesen Voraussetzungen wird deutlich, dass eine Teilhabe des Menschen, in diesem Gefüge verkörpert durch die Idols, an den Lehr- und Lernprozessen mit dessen individueller Persönlichkeit nicht erwünscht ist, sondern er lediglich als ausführende Instanz zu agieren hat und eine klare Position in der Hierarchie des Systems einnimmt, welche er weder überschreiten noch hinterfragen soll, da sonst sein Verbleib in diesem gefährdet ist.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass K-Pop die Prämisse der Markttauglichkeit von musikalischen Produkten über deren (zumindest auf der Ebene der Künstler\*innen) Ausdruckscharakter von individuellen Gefühlen und Gedanken stellt. Die Entkopplung der Idols von jeglichen Schaffensprozessen sorgt nicht nur für ein verändertes Verständnis von professionellen Musiker\*innen, sondern legt bereits in der Entstehung der Songs und Videos eine Kultur von Perfektion an, die Kreativität und Innovation als stetigen Maßstab festsetzt. Die enge Anbindung an Social Media erlaubt es nicht nur, dortige Trends erfassen und bedienen zu können, sondern auch eine intensive Verbindung zu den Konsument\*innen. Darin dürfte auch das Erfolgsrezept von K-Pop liegen: Die individuellen Zuschreibungen von Nähe und Empathie, die Jugendliche schildern (Szymanowski, 2019), werden vor allem durch die Präsenzen auf Social Media konstruiert. Somit bestätigt K-Pop als Genre die These von Reckwitz (2016b, S. 145), dass unsere Gesellschaft „in großen Teilen ihrer sozialen Praktiken durch die Struktureigenschaften des Kreativitätsdispositivs geprägt“ ist bzw. dass die Elemente des Kreativitätsdispositivs den Erfolg von K-Pop abbilden können (vgl. ebd., S. 143): Dabei stellen die Kreateure die Produktionsfirmen da, die über die Boy- und Girlgroups (inkl. deren Präsenz auf Social Media) als ästhetische Objekte mit dem ästhetischen Publikum verbunden sind.

#### **4. K-Pop in musikpädagogischer Perspektive: Umgang mit K-Pop als Gegenstand**

Aus den bisherigen Erkenntnissen zu K-Pop wird deutlich, dass das Genre in vielerlei Hinsicht andere Wege einschlägt als der Großteil der übrigen populären Musik. Dies äußert sich insbesondere in der Art, wie Musikproduktion organisiert ist und in den Folgen, die dies auf die Idols als ausführende Akteur\*innen, aber auch auf die Fans als rezipierende Instanz hat. Um die Vielfalt der Implikationen, die dadurch für die Musikpädagogik im Umgang mit K-Pop entsteht, zu systematisieren, sollen diese schlaglichtartig in drei übergeordneten Foki dargestellt werden: Potenziale, als Möglichkeit spezifische Phänomene anhand von K-Pop in den Blick zu rücken, normative Prämissen, die eine musikpädagogische Auseinandersetzung mit K-Pop für einen dem Genre angemessenen Umgang rahmen sollten sowie Konsequenzen,

---

<sup>12</sup> Hier lässt sich Reckwitz' (2012, S. 11) Begriff des „ästhetischen Kapitalismus“ anlegen: Im Externalisieren des Songwritingprozesses und der Vermarktung der Musik auf Expert\*innen der Szene wird ein Fokus auf Publikumswirksamkeit gelegt, die durch innovative, provokative und originelle Inhalte erreicht werden soll. Auch der Castingprozess der Idols, bei dem bereits nur markttaugliche Bewerber\*innen von den Produktionsfirmen ausgewählt werden, unterstreicht die Priorisierung von Ästhetik im Sinne der Markttauglichkeit vor der Individualität der jungen Musiker\*innen.

die eine Irritation bzw. den Bedarf zur Weiterentwicklung bisheriger didaktischer Konzepte beschreiben.

#### 4.1. Potenziale von K-Pop

K-Pop bietet u.a. das Potenzial, identitätsstiftende Räume zu öffnen und gleichzeitig diese diversifizierender zu gestalten. Fritzsche (2007, S. 173) schreibt den Praxen der Fankultur von Girl- und Boygroups allgemein „Erfahrungsprozesse bezüglich der eigenen Geschlechtsidentität“ zu, welche „zwar durch die Medien inspiriert, keinesfalls jedoch durch sie gesteuert“ sind. Durch die Inszenierung von Gender im K-Pop sowie den zahlreichen Fanpraktiken, die Grenzen von Gender und Sexualität verschwimmen lassen, wird dieses Verständnis deutlich erweitert. Die Kritik der bislang „traditionellen und klischeehaften medialen Vorgaben“ (ebd., S. 182) von Geschlechterrepräsentationen bei Boy- und Girlgroups muss demnach widerlegt werden. Vielmehr bietet K-Pop Anlässe zur Reflexion über normative Genderkonstrukte und inwiefern diese durch Popkultur implizit reproduziert oder durchbrochen werden können. Auch das Potenzial der „cross-gender identification“ (Shin, 2018, S. 95), einer (nicht sexuell motivierten) Identifikation mit Idols des anderen Geschlechts, ist im Kontext von Fanpraktiken wie den *fancos* zu nennen und zeigt, wie eine fankulturelle Verarbeitung von Musik eine eigenständige Dynamik annehmen kann und dadurch neue Auseinandersetzungsmöglichkeiten mit Genres schafft.

In diesem Zusammenhang spielt auch das in Kapitel 3.3 geschilderte Verhältnis von Mensch und Musik eine wichtige Rolle. Die Tatsache, dass junge Mädchen die von den Bands in den Songs vermittelten Werte als Hauptgrund für deren Interesse an K-Pop angeben (Szymanowski, 2019) lässt darauf schließen, dass diese implizierte Funktion des persönlichen Ausdrucks der Idols rein aus Erfahrungswerten amerikanischer und europäischer Populärmusik konstruiert ist und die Unterschiede, die sich auf Basis der unterschiedlichen Produktionsbedingungen ergeben, selten bewusst sind. Das verdeutlichen Äußerungen von Jugendlichen wie „Obwohl ich das Wort 'Star' in dem Kontext schwierig finde, weil man mit all den Videos das Gefühl bekommt, dass sie ganz normale Menschen sind“ oder „Es kommt einem vor, als wenn man mit denen befreundet wäre“ (Szymanowski, 2019), die unterstreichen, wie stark emotionalisiert K-Pop vermarktet und entsprechend auch wahrgenommen wird. Der Begriff der „Inszenierungskompetenz“ (Hornberger, 2024) im digitalen Raum spielt hier eine besondere Rolle und kann im Kontext von K-Pop auf verschiedenen Ebenen entfaltet werden – als Werkzeug des Empowerments für queere Szenen, als Sichtbarmachung für vielfältige Genderkonstruktionen oder als Problematisierung von Nähe und Distanz im digitalen Raum. Dabei gilt auch zu bedenken, dass die Idols aufgrund der bestehenden Strukturen der koreanischen Musikindustrie als international erfolgreiche Künstler\*innen agieren, sie dadurch auch jene Strukturen performativ verstärken (Kim, 2019) und auch die Handlungsmacht, aktiv sich in ihrer Außenwirkung für individuelle Interessen zu positionieren, als gering einzuschätzen ist. Insbesondere Girlgroups werden dabei in der Musikbranche „infantilized and hyper sexualized“ (Jonas, 2021, S. 14) und sehen sich mit struktureller Benachteiligung durch eine patriarchale Musikbranche konfrontiert. Die „agency“ (ebd.) hinsichtlich der durch Songauswahl, visuelles Erscheinungsbild oder Social

Media performativ vermittelten Werte in den Blick zu nehmen, wäre in diesem Falle auch mit einzubeziehen bzw. zu hinterfragen.

Sions (2018, S. 51) betont darüber hinaus die Perspektive eines Austauschs nicht nur über Gender, sondern auch über Rassismus und fehlende Repräsentation von Menschen mit asiatischer Herkunft in den Medien. Letzteres hat sich in den letzten Jahren stark in der Medienlandschaft verändert, da nicht nur K-Pop Boy- und Girlgroups nicht zuletzt durch Kollaborationen mit renommierten Künstler\*innen in der Musikszene stärker präsent sind<sup>13</sup>, sondern auch andere koreanische Medienprodukte<sup>14</sup> stark an Beliebtheit auf globaler Ebene gewinnen. Solche intersektionalen Perspektiven auf das Genre empirisch zu erfassen bietet viel Potenzial zum Verständnis darüber, was K-Pop konkret bei dessen Rezipient\*innen auslöst und wie diese Reaktionen angemessen aufgefangen werden können. Es wäre durchaus wünschenswert, dass ähnliche Ansätze zunehmend in der Beforschung von K-Pop in den Blick geraten, da diese (nicht nur aus musikpädagogischer Sicht) relevante Erkenntnisse dahingehend liefern, welche Chancen und Problemfelder im Genre für didaktische Kontexte stecken und wie diesen mit normativen Setzungen und Prämissen begegnet werden muss.

#### **4.2. Normative Prämissen im Umgang mit K-Pop**

Eine wichtige Prämisse für die Annäherung an K-Pop ist der Einbezug der Intermedialität<sup>15</sup>. Eine strikte Trennung zwischen auditiven und visuellen Wahrnehmungsebenen von K-Pop, wie sie oft in koreanischen Didaktisierungen (Kim & Song, 2020) stattfindet, erscheint wenig sinnvoll, da diese besonders eng verwoben sind: „The ultimate goal of these talent agencies/ record labels is the creation of the right image. In the marketing of music, music becomes not only an aural medium, but also a visual one“ (Leung, 2012, S. 27). Vielmehr handelt es sich um ein komplexes Gesamtkonstrukt, in dem Musik, Videographie und Medienauftreten der Idols nahezu untrennbar voneinander gemeinsam wirken und somit das Verständnis als Jugendkultur passender erscheint als eine Definition von K-Pop alleinig als musikalische Stilrichtung.

Einer musikpädagogischen Annäherung wäre demnach daran gelegen, K-Pop keineswegs auf dessen musikalisch-auditive Komponente zu begrenzen, sondern alle Aspekte der Jugendkultur einzubeziehen. Besonderes Potenzial dürfte dabei der Auseinandersetzung mit der Verbindung von Visuals, Tanz und Musik<sup>16</sup> sowie den Inszenierungspraktiken, v. a. mit der Perspektive auf Social Media Präsenz (Sachsse, 2020b, S. 65), zukommen. Dies erfordert eine

---

<sup>13</sup> Beispiele hierzu sind die Kollaborationen von Coldplay und BTS im Song My Universe, Lady Gaga und Blackpink in Sour Candy oder bereits genanntes Beispiel von Bruno Mars und Rosé bei APT.

<sup>14</sup> Insbesondere sind hier die Netflix-Serie Squid Game zu nennen, ebenso aber auch der Film KPop Demon Hunters, Schauspielleistungen koreanischer Idols in amerikanischen Serien (z. B. The White Lotus) oder koreanische Drama-Serien.

<sup>15</sup> Wenngleich Intermedialität ein komplexes Phänomen ohne standardisierte Definition darstellt, erscheint die Annäherung von Renz (2023, S. 3), „die künstlerische Arbeit [...] zwischen den Disziplinen anzusiedeln“, als passende Beschreibung: Durch die intensive Verbindung zwischen visueller und auditiver Komponente im K-Pop erscheint es kaum sinnvoll, beide Ebenen getrennt voneinander zu betrachten und stellen, auch aufgrund der zahlreichen Referenzen zu bspw. Popkultur und koreanischer Folklore, vielmehr ein Gesamtkunstwerk dar.

<sup>16</sup> Insbesondere analytische Ansätze im Kontext Musikvideo (z. B. Höfer, 2021) spielen methodisch dabei eine zentrale Rolle.

stetige Auseinandersetzung mit den Weiterentwicklungen des Genres und den zugehörigen Praxen, da der Bereich Social Media enorm schnelllebig ist und vermeintliche Normen, die performativ durch Trends festgelegt werden, einem stetigen Wandel unterlegen sind. Zum derzeitigen Zeitpunkt stellt vornehmlich TikTok die zentrale Plattform in der Vermarktung und Verarbeitung von K-Pop-Inhalten dar, was mit dessen Ausrichtung und Historie als tanzaffines Medium zusammenhängt (Steinberg et al., 2023). Gleichmaßen ist die Einbindung von insbesondere TikTok in unterrichtliche Kontexte höchst umstritten, da darin nicht nur eine „informelle Lernplattform“ (Dreßler & Freytag, 2024, S. 83), sondern auch ein Auslöser von Inszenierungs- und Perfektionsdruck bei den Jugendlichen (Kaptan et al., 2022) gesehen wird. Für dieses Spannungsfeld kann und möchte dieser Artikel keinen Lösungsvorschlag bieten - gleichermaßen hat die Positionierung in diesem Diskurs maßgebliche Konsequenzen auf die Tatsache, inwiefern das geforderte ganzheitliche Verständnis von K-Pop mit all seinen Facetten überhaupt ermöglicht werden kann.

#### **4.3. Konsequenzen für musikdidaktische Konzepte**

Musikalische Praxen sind im Kontext K-Pop in doppelter Hinsicht zu berücksichtigen: Einerseits liegt es nahe, nicht nur die ästhetische Komponente des Genres in den Fokus zu rücken, sondern auch die Produktionsbedingungen zu untersuchen. Eine Sensibilität für den Musikmarkt und die dort vorhandene, ökonomisch fokussierte Perspektive auf Musik zu schaffen (vgl. Terhag, 2010; Ahlers & Brunner, 2024) ist eine Perspektive, die sich grundsätzlich im Zusammenhang mit populärer Musik anbietet. Durch die starke Ausrichtung von K-Pop auf ökonomischen Erfolg und Markttauglichkeit auf globaler Ebene erschließen sich hier neue Facetten dieses Themenkomplexes. Auch die Gegenüberstellung medialer Produkte von hochglanzpoliertem K-Pop und den zwangsläufig damit konkurrierenden Produkten der konstatierten „Do-it-Yourself-Kultur“ (Godau et al., 2025, S. 174) kann, sowohl auf ökonomischer als auch ästhetischer Ebene, Diskurspotenzial bieten und sensibilisieren für die Pluralität von musikalischen Jugendkulturen auf Social Media.

Andererseits stellt sich genau in diesem Gegensatz die große Herausforderung, K-Pop auf einer musikpraktischen Ebene in den Unterricht einzubinden. Denn es stellt sich die Frage: Welche musikalische Praxis kann dem Genre überhaupt gerecht werden? In der Didaktik populärer Musik wird vielfach auf Songwriting und informelle Lernpraxen rekurriert, die „popmusikalische Praxis“ (Godau et al., 2025, S. 175) am besten abbilden sollen<sup>17</sup>. Gleichzeitig spielt diese musikalische Praxis aufgrund der Produktionsprozesse von K-Pop in diesem Genre nahezu keine Rolle. Lohnend erscheint vielmehr der Bereich Tanz – wenngleich dies vielfach eine große Hürde für Musikpädagog\*innen darstellen dürfte, da diese Praxis noch als Nische in der Musikpädagogik zu begreifen ist (Baulecke, 2025). Dabei muss jedoch, unabhängig der genrespezifischen Eignung der einzelnen musikbezogenen Praxen, auch festgestellt werden, dass durch das im K-Pop inhärente Kreativitätsverständnis lediglich reproduzierende Praxen als authentisch im Sinne der Jugendkultur legitimiert werden können. Die strikte Trennung von Songproduktion und -performance sowie ein Kreativitätsbegriff, der sich auf die möglichst makellose Reproduktion von normativen Idealen stützt, stellen einen Gegensatz zu den

---

<sup>17</sup> Exemplarisch hierzu Godau et al. (2025), Horst de Cuestas & Ahlers (2024) oder Weyel & Lehmann-Wermser (2020).

meisten ko-kreativen und kooperativen Ansätzen der Vermittlung populärer Musik (z. B. Weyel & Lehmann-Wermser, 2020) dar. Gängige Normen populärer Musik, wie die Einheit von „Musikproduktion“ und „Musikmachen“ (Godau et al., 2025, S.178), scheinen im K-Pop nur teilweise zu gelten, was einen Transfer musikpädagogischer Prinzipien im Umgang mit populärer Musik erschwert.

## 5. Fazit und Perspektiven

Es zeigt sich, dass K-Pop als jugendkulturelles Phänomen eine hohe Komplexität aufweist: Das Zusammenwirken von visuellen Elementen, Musik und Social Media wird im Genre als ganzheitliches Konzept verstanden und Inszenierungsprozesse als leitende Instanzen begriffen. Hinsichtlich der Produktionsprozesse, die sich maßgeblich von kollaborativ-kreativen Praxen anderer Genres populärer Musik unterscheiden, findet eine Entsubjektivierung von Mensch und Musik statt zugunsten eines ökonomisch erfolgreichen Produkts statt. Diese komplexen Verbindungen und Perturbationen des normativen Verständnisses von Stars und Girl-/Boygroups der westlichen Popmusik zeigen auf, dass K-Pop weitaus mehr bietet als nur schrille Outfits, perfektionierte Tanzchoreografien und hochglanzpolierte Audiotracks. Es gibt vielmehr Gelegenheit, neue Identifikationsprozesse zu etablieren, Vorstellungen von Gendernormen zu diversifizieren und Interaktionsprozesse zwischen der Musikbranche, ihren ausführenden Künstler\*innen und dem Publikum explizit sichtbar zu machen.

Entsprechend herausfordernd gestaltet sich K-Pop auch aus musikpädagogischer Perspektive. Didaktische Ansätze, die Songproduktion und -performance als gemeinsamen Akt denken und in der Unterrichtspraxis konstruieren (Godau et al., 2025), wirken hier deplatziert, da sie im Falle von K-Pop keine authentischen genretypischen Erfahrungsräume bieten. Deshalb stellt sich die Frage, inwiefern jene musikpraktische Authentizität wünschenswert ist; nicht nur hinsichtlich des engen Kreativitätsbegriffs, sondern auch aufgrund der mit den Produktionsbedingungen gekoppelten Missständen, deren Aufarbeitung erst am Anfang steht. Auf der Ebene von Rezeption und Reflexion bietet das Genre zahlreiche Anknüpfungspunkte hinsichtlich der Musikindustrie, Inszenierungsräumen und Intermedialität, die im Verlauf des Artikels nur exemplarisch angedeutet werden konnten. Diese näher zu beleuchten wäre – bezogen auf die genreimmanenten mediale Praxen (Oberhaus, Rocker & Strunz, 2024; Sachsse, 2021; Sachsse, 2020b) – noch zu leisten. Als Ergänzung wäre auch eine Professionalisierung der Forschung zu K-Pop auf musikbezogener Ebene wünschenswert, da diese bislang zumeist entweder aus Sicht von in der Musikkultur involvierten Personen<sup>18</sup> oder Institutionen mit entsprechendem wirtschaftlichem Interesse zur Verbreitung koreanischen Kulturguts verfasst sind.

Die Auseinandersetzung mit K-Pop offenbart zwei zentrale Aspekte: Erstens müssen, angesichts des wachsenden Einflusses von Social Media auf jugendkulturelle (musikalische) Praxen, Inszenierungspraxen ernst genommen (Hornberger, 2024, S. 56) und als Element des Musikunterrichts mit aufgenommen werden. Das ist ein zentraler Schritt, um intermedial

---

<sup>18</sup> Zu den problematischen Implikationen dieser Tatsache vgl. Pichler (2020) sowie Deflem & Rodgers (2022) für das äquivalente Beispiel der Forschung zu Heavy Metal.

organisierte Genres wie K-Pop, die angesichts des zunehmenden Einflusses von Social Media im Aufschwung zu begreifen sind, adäquat in den Blick nehmen zu können. Zweitens ist es nicht mehr zeitgemäß, von *der* populären Musik und *der* Didaktik populärer Musik zu sprechen. So, wie sich Genres zunehmend pluralisieren, müssen sich die Umgangsweisen im Musikunterricht diesbezüglich flexibilisieren und breiter aufstellen, um vielfältigen musikalischen Praxen und daraus erwachsenden Bedarfen begegnen zu können. Der Musikpädagogik steht somit die Notwendigkeit einer Weiterentwicklung ihrer Konzepte im Umgang mit populärer Musik bevor, um nicht erneut den Eindruck einer „(Un-)Unterrichtbarkeit“ (Terhag, 1984) einzelner Genres im großen Feld der populären Musik, wie der aktuell im medialen Hype befindliche K-Pop, zu erwecken.

## Literaturverzeichnis

- Abby (15. Oktober 2025). INTERVIEW: EJAE on the Global Success of “Golden”: “I’m Proud, I’m Happy, Korea Is Cool”. Hellokpop.com [Online-Magazin]. <https://www.hellokpop.com/interview/ejae-on-the-global-success-of-golden-im-proud-im-happy-korea-is-cool/> [06.11.2025].
- Ahlers, M., & Brunner, G. (2024). Musikökonomie und Rechte: Terra incognita oder Potenzialgebiete für die Musikpädagogik? In T. Krettenauer, A. Niegot, C. Stange & S. Zöllner-Dressler (Hrsg.), *Der Welt abhanden gekommen? Zur Relevanz von Musikunterricht im gesellschaftlichen Dialog* (S. 73–82). Waxmann.
- An, C. (2025). K-Pop Idols as Dependent Self-Employment Workers: Exploitation, Subordination, and Labor Protections. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 55, 4, 184–199. <https://doi.org/10.1080/10632921.2025.2504979>
- Aschenbach, M. (2003). Professionelle Rockmusiker zwischen Musikalität und Geschäft. In G. Kleinen (Hrsg.), *Begabung und Kreativität in der populären Musik* (S. 125-152). Lit.
- Bloch, B. (2019). What marketers can learn from K-Pop band BTS. *Mumbrella Asia* [Blog]. <https://www.mumbrella.asia/2019/01/what-marketers-can-learn-from-k-pop.html> [11.08.2025].
- Bullerjahn, C. (2003). Junge Komponierende in zeitgenössischer Kunst- und Pop-Musik. Ein Vergleich musikalischer Werdegänge, Motivationen und kreativer Prozesse. In Günter Kleinen (Hrsg.), *Begabung und Kreativität in der populären Musik* (S. 107-124). Lit.
- Chang, Y. (2016). A study on the traditionalism of “trot” – Focused on Yi Nanyöng’s “Tears of Mokp’o”. *Journal of Marine and Island Cultures*, 5(1), 60–67. <https://doi.org/10.1016/j.imic.2016.04.002>
- Choi, S. (2023). K-Pop Idols: Media Commodities, Affective Laborers, and Cultural Capitalists. In S.-Y. Kim (Hrsg.), *The Cambridge Companion to K-Pop* (S. 139-153). Cambridge University Press & Assessment.
- Deflem, M., & Rogers, A. S. (2022). *Doing gender in heavy metal: Perceptions on women in a hypermasculine subculture*. Anthem Press.
- Deutsches Musikinformationszentrum (2025). Bevorzugte Musikrichtungen nach Altersgruppen. <https://miz.org/de/statistiken/bevorzugte-musikrichtungen-nach-altersgruppen> [12.12.2025].
- Dreßler, S., & Freytag, V. (2024). „Das sieht so sad aus.“. Zur Affirmation und Irritation von Normen bei der Rezeption von TikTok-Tanzvideos. Eine qualitative Einzelfallstudie. In B. Clausen, J. Ehninger & M. Sachsse (Hrsg.), *45. Jahresband des Arbeitskreises Musikpädagogische Forschung / 45th Yearbook of the German Association for Research in Music Education* (S. 71–84). Waxmann. <https://doi.org/10.31244/9783830999188.06>
- Dudenredaktion (o. J.). „idol“ auf Duden online. <https://www.duden.de/node/69935/revision/1271777> [12.12.2025].
- Eulenbach, M. (2013). Stars, Musikstars, Castingstars: Zum Verhältnis von medialen Starszenierungen und Identitäts- und Entwicklungsprozessen im Jugendalter. In R. Heyer,

- S. Wachs & C. Palentien (Hrsg.), *Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation* (S. 249-292). Springer.
- Farin, K. (2006). Jugend(musik)kulturen als Sozialisationsinstanzen. Bedeutung der Musik – Möglichkeiten der Thematisierung im Unterricht. In W. Pfeiffer & J. Terhag (Hrsg.), *Musikunterricht heute 6. Schülerorientierter Musikunterricht – Wunsch und Wirklichkeit* (S. 27-38). Lugert.
- Fritzsche, B. (2007). Sozialisation und Geschlecht in der Medienkultur. In D. Hoffmann & L. Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisationstheorien. Neue Methoden und Ansätze in der Diskussion* (S. 167-184). Verlag für Sozialwissenschaften.
- Godau, M., Weidner, V. & Hermann, K. (2025). (Post-)Digitale Songwritingpraktiken im Musikunterricht In G. Brunner, D. Fiedler & S. Schmid (Hrsg.), *Welchen Musikunterricht braucht die Sekundarstufe 1? Konzeptionelle und unterrichtsspezifische Beiträge zu einem zukunftsfähigen Musikunterricht* (S. 172–187). OPUS-PHFR. <https://doi.org/10.60530/OPUS-3398>
- Godau, M., & Haenisch, M. (2022). Herausforderungen für eine Popmusikpädagogik des 21. Jahrhunderts. Kritische Anfragen an das Feld vor dem Hintergrund der musikpädagogischen Diskussion. In Landesarbeitsgemeinschaft Populäre Musik/Kultur Berlin e. V. (LAG-Pop) (Hrsg.), *(Populäre) Musik/Kultur in der Jugendarbeit. Dokumentation der Fachtagung 2021* (S. 21–64). [https://lag-pop-berlin.de/wp-content/uploads/LAG-Pop\\_Fachtagung\\_2021\\_Dokumentation.pdf?fbclid=IwAR3C9SU0o8ZBcgbAmErN-zWO5Ajd7SLrvccWj7MFuTJt8WcXc\\_a3FCrbaZs&fs=e&s=c](https://lag-pop-berlin.de/wp-content/uploads/LAG-Pop_Fachtagung_2021_Dokumentation.pdf?fbclid=IwAR3C9SU0o8ZBcgbAmErN-zWO5Ajd7SLrvccWj7MFuTJt8WcXc_a3FCrbaZs&fs=e&s=c) [13.03.2026].
- Großegger, B. (2006). „Musik ist Lebensgefühl und Statement zugleich“. Zur Bedeutung der Populärmusik im jugendlichen Alltag. In N. Bailer & M. Huber (Hrsg.), *Youth - Music - Socialization. Empirische Befunde und ihre Bedeutung für die Musikerziehung* (S. 29–38). Institut für Musiksoziologie.
- Haenisch, M., Godau, M., Barreiro, J., Maxelon, D., & Neuhausen, T. (2023). Die Plattformisierung des Songwritings. Musikerfinden unter Bedingungen des short video turn am Beispiel von TikTok. In M. Göllner, J. Honnens, V. Krupp, L. Oravec & S. Schmid (Hrsg.), *44. Jahresband des Arbeitskreises Musikpädagogische Forschung* (S. 305-321). Waxmann.
- Ho, S. (2012). Fuel for Korea's "Global Dreams Factory": The Desires of Parents Whose Children Dream of Becoming K-pop Stars. *Korea Observer*, 43, 3, 471-502. [https://www.researchgate.net/publication/297451600\\_Fuel\\_for\\_South\\_Korea's\\_Global\\_Dreams\\_Factory\\_The\\_Desires\\_of\\_Parents\\_Whose\\_Children\\_Dream\\_of\\_Becoming\\_K-pop\\_Stars](https://www.researchgate.net/publication/297451600_Fuel_for_South_Korea's_Global_Dreams_Factory_The_Desires_of_Parents_Whose_Children_Dream_of_Becoming_K-pop_Stars) [11.08.2025].
- Hornberger, B. (2024). „Digital ist besser“? Inszenierungskompetenz als Schlüssel im Umgang mit medialer populärer Kultur. In D. Neuhaus & H. J. Keden (Hrsg.), *Musik—Digitalisierung—Bildung* (S. 179 pages). kopaed. [https://www.pedocs.de/frontdoor.php?source\\_opus=31459](https://www.pedocs.de/frontdoor.php?source_opus=31459) [13.03.2026]
- Horst de Cuestas, K., & Ahlers, M. (2024). Songwriting-Camp: Eine qualitative Studie zu den Potenzialen und Grenzen von Blended Learning im Kontext von musikbezogenem

- Üben, Kreativität und Kommunikation. In M. Ahlers, M. Besser, C. Herzog & P. Kuhl (Hrsg.), *Digital-gestütztes Üben im Fachunterricht: Aktuelle Entwicklungen, Gegenstände und Prozesse* (1. Auflage, S. 75–96). Beltz Juventa.
- Höfer, F. (2021). Musikdidaktische Überlegungen zu Musikvideos im Kontext populärer Musik. In J. Steiner (Hrsg.), *Klang.Kunst.Bild. Interdisziplinäres Gestalten in der Schule* (S. 71–97). Waxmann. <https://doi.org/10.31244/9783830994251>
- Jeom-Ok, K. (28. Januar 2009). Hagwon Culture in Korea. *The Korea Times* [Online-Magazin]. [http://www.koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2013/08/162\\_38563.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2013/08/162_38563.html) [10.08.2025].
- Jonas, L. (2021). Crafted for the Male Gaze: Gender Discrimination in the K-Pop Industry. *Journal of International Women's Studies*, 22, 7, 3-18.
- Jung, E. (2017). Seo Taiji Syndrome: Rise of Korean Youth and Cultural Transformation through Global Pop Music Styles in the Early 1990s. In H. Shin & S. Lee (Hrsg.), *Made in Korea. Studies in Popular Music*. Taylor & Francis.
- Jung, E. (2006). Articulating Korean Youth Culture through Global Popular Music Styles: Seo Taiji's Use of Rap and Metal. In K. Howard (Hrsg.), *Korean Pop Music* (S. 109-122). London Global Oriental. [https://doi.org/10.1163/9789004213630\\_013](https://doi.org/10.1163/9789004213630_013)
- Kaptan, D., Siewert, K., Howahl, S., & Steinberg, C. (2022). Ist TikTok toxisch? – Die Sicht von Jugendlichen auf postdigitale ästhetisch-kulturelle Praktiken in sozialen Medien. *Forum Kinder- und Jugendsport*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.1007/s43594-022-00058-9>
- Kim, D. Y., & Son, B. (2025). K-pop Fan Perceptions and Negotiation of Alternative Forms of Masculinities. *The Journal of Men's Studies*, 10608265251394364. <https://doi.org/10.1177/10608265251394364>
- Kim, G. (2019). From Hybridity of Cultural Production to Hyperreality of Post-feminism in K-pop: A Theoretical Reconsideration for Critical Approaches to Cultural Assemblages in Neoliberal Culture Industry. *European Journal of Korean Studies*, 125–159. <https://doi.org/10.33526/EJKS.20191901.125>
- Kim, M., Lee, S. (Produzenten) & Lee, H. (Regisseur) (2012). *9 Muses of Star Empire* [Dokumentation]. Style Chosun, Minch & Films.
- Kim, Y. J., & Song, M. K. (2020). Exploring teachers' approaches to popular music: Attitudes, learning practice, and issues in South Korea. *International Journal of Music Education*, 38, 3, 456–469. <https://doi.org/10.1177/0255761420919570>
- Korean Culture and Information Service (2010). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korean Culture and Information Service.
- Kurp, J. (10. Dezember 2024). A whole lot of people searched for Kendrick Lamar, Rosé and KSI on Google in 2024. *Uproxx* [Online-Magazin], <https://uproxx.com/music/google-most-searched-songs-2024-kendrick-lamar/> [05.03.2026].
- Kwon, J. (2023). K(Q)ueer-Pop for Another World: Toward a Theorization of Gender and Sexuality in K-Pop? *International Journal of Communication*, (17), 52–71.
- Lee, J., Leaver, T. & Abidin, C. (2024). Child idols in South Korea and beyond: Manufacturing young stars at the intersection of the K-pop and influencer industries. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241295718>

- Leung, S. (2012). Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music. *Senior Capstone Projects*, 149. [http://digitalwindow.vassar.edu/senior\\_capstone/149](http://digitalwindow.vassar.edu/senior_capstone/149) [10.08.2025].
- Logie, A. (2022). Interrogating Trot, Situating the Boom: New(tro) Nostalgia, Old Songs, and National Identity Performance. *European Journal of Korean Studies*, 21, 2, 183–226.
- Maliangkay, R. (2020). The Popularity of Individualism: The Seo Taiji Phenomenon in the 1990s. In K. H. Kim & Y. Choe (Hrsg.), *The Korean Popular Culture Reader* (S. 296–313). Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9780822377566-018>
- Mones, C. (Produzentin), & Suh, C. (Regisseurin) (2020). *BLACKPINK: Light Up the Sky* [Dokumentation], Radical Media.
- Pichler, P. (2020). *Metal music, sonic knowledge, and the cultural ear in Europe since 1970: A historiographic exploration*. Franz Steiner.
- Oberhaus, L., Rocker, S., & Strunz, C. (2024). Musikvideos im Musikunterricht. Diskriminierungskritische und gendersensible Perspektiven. In T. Krettenauer & L. Oberhaus (Hrsg.), *Zwischen Kinosound und Game Audio. Film – Musik – Vermittlung* (S. 151–172). Waxmann.
- Park, G. (2013). Manufacturing Creativity: Production, Performance, and Dissemination of K-pop. *Korea Journal*, 53, 4, 14–33. <https://doi.org/10.25024/kj.2013.53.4.14>
- Pfeiffer, W. (2025). Popmusik anders unterrichten – neue Ansätze zur Didaktik populärer Musik. In G. Brunner, D. Fiedler, & S. Schmid (Hrsg.), *Welchen Musikunterricht braucht die Sekundarstufe 1? Konzeptionelle und unterrichtsspezifische Beiträge zu einem zukunftsfähigen Musikunterricht* (S. 188–196). OPUS-PHFR. <https://doi.org/10.60530/OPUS-3398>
- Reckwitz, A. (2016a). *Kreativität und soziale Praxis. Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. transcript.
- Reckwitz, A. (2016b). Das Kreativitätsdispositiv und die sozialen Regime des Neuen. In W. Rammert, A. Windeler, H. Knoblauch & M. Hutter (Hrsg.), *Innovationsgesellschaft heute* (S. 133–153). Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10874-8>
- Reckwitz, A. (2012). *Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung* (1. Aufl.). Suhrkamp.
- Reckwitz, A. (2007). Die Moderne und das Spiel der Subjekte. In T. Bonacker & A. Reckwitz (Hrsg.), *Kulturen der Moderne. Soziologische Perspektiven der Gegenwart* (S. 97–118). Campus.
- Renz, M. (2023). Intermedialität als performatives Entgrenzungsphänomen und Potential für soziale Entwicklungs- und Veränderungsprozesse. *KULTURELLE BILDUNG ONLINE*, <https://www.kubi-online.de/artikel/intermedialitaet-performatives-entgrenzungsphaenomen-potential-soziale-entwicklungs> [18.12.2025].
- Rolle, C. (2010). Über Didaktik Populärer Musik. Gedanken zur Un-Unterrichtbarkeit aus der Perspektive ästhetischer Bildung. In G. Maas & J. Terhag (Hrsg.), *Zwischen Rockklassikern und Eintagsfliegen - 50 Jahre Populäre Musik in der Schule* (S. 48–57). Lugert.

- Sachsse, M. (2021). Informelles Musiklernen mit digitalen Medien zwischen Gegenbild, Abbild und Utopie. In G. Brunner, C. Lietzmann, S. Schmid & J. Treß (Hrsg.), *Mastery & Mystery. Musikunterricht zwischen Lehrgang und offenem Konzept* (S. 317-330). Helbling.
- Sachsse, M. (2020a). Musik-Erfinden im Zeichen des Kreativitätsdispositivs. Grundzüge einer sozialkritischen Lesart aktueller Begründungsdiskurse. In J. Voit & U. Kranefeld, *Musikunterricht im Modus des Musik-Erfindens* (S. 11–42). Waxmann Verlag.
- Sachsse, M. (2020b). „Musik hat mir ziemlich oft den Arsch gerettet“ – Virtuelle Bilder musikbezogenen Gelingens. In A. Niegot, C. Rora & A. Welte (Hrsg.), *Gelingendes Leben und Musik* (S. 49-73). Shaker.
- Sachsse, M. (2015). Mensch und Musik im ‚Rahmen‘ der Theorien. Pluralisierung, Reflexion und Kritik als Aufgaben einer bildanthropologisch orientierten musikpädagogischen Forschung. In A. Niessen & J. Knigge (Hrsg.), *Theoretische Rahmung und Theoriebildung in der musikpädagogischen Forschung* (S. 95-109). Waxmann.
- Sachsse, M. (2014). *Menschenbild und Musikbegriff. Zur Konstituierung musikpädagogischer Positionen im 20. und 21. Jahrhundert* (S. 29-116). Olms.
- Seabrook, J. (2012, 1. Oktober). Factory Girls. *The New Yorker* [Online-Magazin]. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/10/08/factory-girls-2> [11.08.2025].
- Shin, L. (2018). Queer Eye for K-Pop Fandom: Popular Culture, Cross-gender Performance, and Queer Desire in South Korean Cosplay of K-pop Stars. *Korea Journal*, 58, 4, 87–113. <https://doi.org/10.25024/kj.2018.58.4.87>
- Sions, H. K. (2018). K-Pop and Critical Multicultural Art Education. *Journal of Cultural Research in Art Education*, 35, 44-54. <https://doi.org/10.2458/jcrae.4862>
- SM Entertainment Group. (o. J.). Company Introduction. *SM Entertainment* [Unternehmens-Homepage]. <https://www.smentertainment.com/Overview/Introduction> [11.08.2025].
- Song, K. Y., & Velding, V. (2020). Transnational Masculinity in the Eyes of Local Beholders? Young Americans’ Perception of K-Pop Masculinities. *The Journal of Men’s Studies*, 28, 1, 3–21. <https://doi.org/10.1177/1060826519838869>
- Soo-jung, Y., & Jung-in, Y. (13. August 2025). KPop Demon Hunters Tops Global Streams with OST „Golden“. The Chosun Daily. <https://www.chosun.com/english/kpop-culture-en/2025/08/13/KWWRDYR2CJF55CBHU4GGZSINBA/> [13.03.2026]
- Steinberg, C., Siewert, K., & Kaptan, D. (2023). Bildungszugänge zum Tanz in postdigitalen Zeiten. In E. Balz & T. Bindel (Hrsg.), *Bildungszugänge im Sport: Grundlagen und Offerten* (Bd. 29, S. 109–120). Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38895-9>
- Sweers, B. (2013). Musiktraditionen im Kontext moderner Globalisierungsprozesse und globaler Denkkonzepte. In B. Alge & O. Krämer (Hrsg.), *Beyond Borders: Welt – Musik – Pädagogik* (S. 167-182). Wißner.
- Szymanowski, G. (01. Dezember 2019). K-Pop in Deutschland: Die Szene wächst. *Deutsche Welle* [Online-Magazin]. <https://www.dw.com/de/k-pop-in-deutschland-auch-offline-im-trend/a-51461961> [11.08.2025].

- Terhag, J. (2010). Populäre Musik zwischen Kreativwirtschaft, Politik und Schule. In G. Maas & J. Terhag (Hrsg.), *Musikunterricht heute 8. Zwischen Rockklassikern und Eintagsfliegen – 50 Jahre Populäre Musik in der Schule* (S. 102-113). Lugert.
- Terhag, J. (1984). Die Un-Unterrichtbarkeit aktueller Pop- und Rockmusik. Gedankengänge zwischen allen Stühlen. *Musik und Bildung*, 5, 84, 345-349.
- Weyel, B., & Lehmann-Wermser, A. (2020). Lernprozesse von Musik in digitalen Lernumgebungen verstehen. In E. Pürgstaller, S. Konietzko & N. Neuber (Hrsg.), *Kulturelle Bildungsforschung* (S. 55–70). Springer Fachmedien.
- Williamson, L. (2011). The dark side of South Korean pop music. *BBC News* [Online-Magazin]. <https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13760064> [11.08.2025].
- Wong, M. (Produzentin), Kang, D. (Regisseurin) & Appelhans, C. (Regisseur) (2025). KPop Demon Hunters [Film]. Sony Pictures Animation.
- Zhao, J. J. (2021). Blackpink queers your area: The global queerbaiting and queer fandom of K-pop female idols. *Feminist Media Studies*, 21, 6, 1033–1038. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1959373>

## Songs und Musikvideos

- Blackpink – *Ddu-du ddu-du* <https://www.youtube.com/watch?v=IHNzOHi8sJs&list=RDgQIMMD8auMs&index=11> [13.03.2026].
- Coldplay X BTS – *My Universe* [https://www.youtube.com/watch?v=3YqPKLZF\\_WU](https://www.youtube.com/watch?v=3YqPKLZF_WU) [11.08.2025].
- KPop Demon Hunters – *Golden* [https://www.youtube.com/watch?v=yebNIHKAC4A&list=RDyebNIHKAC4A&start\\_radio=1](https://www.youtube.com/watch?v=yebNIHKAC4A&list=RDyebNIHKAC4A&start_radio=1) [13.03.2026]
- KPop Demon Hunters – *Your Idol* <https://www.youtube.com/watch?v=cWppAbqm9I8> [13.03.2026]
- Lady Gaga & Blackpink – *Sour Candy* [https://www.youtube.com/watch?v=XcskGdItsi8&list=RDxcskGdItsi8&start\\_radio=1](https://www.youtube.com/watch?v=XcskGdItsi8&list=RDxcskGdItsi8&start_radio=1) [13.03.2026].
- Rosé & Bruno Mars – *APT.* <https://youtu.be/ekr2nlex040?si=w9HSF1z5BmrFFL-f> [13.03.2026].