

Pop. Der Jahresrückblick von Spotify polarisiert.
Heimlicher Sieger des heurigen Rankings: Alex Warren.

Warum Spotify uns älter aussehen lässt

von HEIDE RAMPETZREITER

Das ist neu: Der persönliche Rückblick für Nutzer des Streamingdienstes Spotify, der verlässlich jedes Jahr im Dezember im eigenen Account aufpoppt, rechnet heuer „dein musikalisches Alter“ aus - das Ergebnis ist nicht sehr schmeichelhaft, wenn man sich so umhört. Der Streamingdienst hält viele für Jahrzehnte älter als sie sind. „Du bist eine alte Seele“, schreibt Spotify im Versuch versöhnlich zu wirken unter die in knalligem Rot gehaltene Zahl. Wie kommt Spotify bloß auf diese?

Das „Höralter“ basiere auf dem sogenannten Reminiszenz-Effekt, erläutert der schwedische Streamingdienst: Die Erinnerung an die Musik der eigenen Jugend ist besonders stark, man hört sie öfter. Das ist aber nur ein Teil der Erklärung - denn Spotify macht einen bewusst älter. Wer sich dort anmeldet, muss sein Geburtsdatum angeben. Der Dienst weiß eigentlich, wie alt man ist, stellt aber einen unvorteilhaften Vergleich mit der Alterskohorte an: „Wenn Sie viel mehr Musik aus den späten 1970er Jahren hören als andere Menschen Ihres Alters, gehen wir spielerisch davon aus, dass Ihr ‚Höralter‘ heute 63 Jahre beträgt - das Alter einer Person, die ihre prägenden Jahre in den späten 1970er Jahren verbracht hat“, erklärt der Dienst in einem Statement.

Wer also hin und wieder gern einen Klassiker auflegt, ob Led Zeppelin oder Fleetwood Mac, Marianne Mendt oder Wolfgang Ambros, dem werden ein paar Jährchen draufgerechnet. Ein Sinn für Historie lässt einen schneller altern, zumindest virtuell. Für Spotify ist es nebensächlich, wie die Zahl zustande kommt. Denn mit dem „musikalischen Alter“ hat der Dienst eines geschafft: Es wird wieder über

„Wrapped“ gesprochen, die Ergebnisse werden fleißig geteilt und aufgeregzt kommentiert.

Wie das Ranking der meistgehörten Künstler insgesamt ausfällt, war nämlich großteils absehbar. Auch heuer wurde der Musiker Bad Bunny weltweit am häufigsten gehört, noch öfter als die nicht mehr ganz so präsente Taylor Swift und der Popmusiker The Weeknd.

Bad Bunny hat heuer mit „Debi tirar más fotos“ ein starkes Album herausgebracht, eine Liebeserklärung an seine Heimat Puerto Rico, auf dem er Traditionelles wie Reggaeton mit modernen Elementen kombiniert. Ein selbstbewusstes Statement eines Latinos - damit ist er Feindbild für Donald Trumps MAGA-Bewegung. Noch mehr, seit bekannt ist, dass er im Februar die Halftime-Show beim Super Bowl bestreiten wird. Kein musikalischer Auftritt wird in den USA mehr beachtet und man darf davon ausgehen, dass die Show auch eine politische Botschaft an die Abschiebepolitik Trumps beinhalten wird.

In Österreich gern via Spotify aufgelegt wurden auch der in Wien aufgewachsene Rapper RAF Camora und sein deutscher Genrekollege Pashanim, der Münchner Bierzelt-Lie-

dermacher Oimara und der Berliner Deutschpop-Sänger Zartmann. Sowohl im nationalen als auch im internationalen Ranking ganz vorne bei den meistgehörten Liedern ist aber Alex Warren mit „Ordinary“. Das ist doch überraschend. Den Pop neu erfunden hat er nicht, seine Lieder klingen nach einer Mischung aus Gefühligen à la Ed Sheeran, ein bisschen Coldplay'scher Opulenz und schunkelnden Gitarren wie von Mumford & Sons.

Warren, 25-jähriger Kalifornier, ist der Hochzeitsänger der Popmusik: Mit „Carry You Home“ feierte er 2024 seinen Durchbruch. Eine Liebeserklärung an seine Ehefrau Kouvr Annen, das Video spielt bei einer Hochzeit. Er werde sie tragen, singt er darin, „whether it's tonight or 55 years down the road“. Seine Geschichte ist hollywoodreich: Warrens Vater starb, als er noch ein Kind war, seine alkoholkranke Mutter schmiss ihn als 17-Jährigen raus, zwischenzeitlich lebte er in seinem Auto, ehe er anfangt, als Influencer Geld zu verdienen.

Im Takt von „Ordinary“ zum Altar

Der Musiker ist ein Schwergewicht auf Plattformen wie Instagram (fünf Mio. Follower) und Tiktok (20 Mio. Follower). Tiktok verdankt er auch den überragenden Erfolg von „Ordinary“: Eine Userin zeigte auf der Plattform vor, wie perfekt der Song zum Einmarsch der Braut passt: vom Blumenmädchen über die Brautjungfern bis zum Auftritt der Braut und der „Übergabe“ (die Musik schwillt passend an) an den künftigen Ehemann. Alles schön im Takt! Das Video löste einen Trend aus, Warren reagierte mit einer „Wedding Version“ mit Streichern. Kitschig, aber auch schön und tröstlich, dass sich die Welt selbst im unruhigen Jahr 2025 auf Romantik verständigen kann.

Warum Spotify uns älter aussehen lässt



A) Vor dem Lesen

- Beschreiben Sie Ihre persönlichen Erfahrungen mit Jahresrückblicken digitaler Plattformen (z. B. Spotify, Instagram ...).
- Analysieren Sie mögliche Gründe dafür, dass Menschen das Bedürfnis haben könnten, solche Rückblicke mit anderen zu teilen.
- Beurteilen Sie, welche Rolle Musikstreaming in Ihrem Alltag spielt und wie es Ihre Wahrnehmung von Trends, Identität oder Zugehörigkeit prägt.



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- Zählen Sie jene Künstlerinnen und Künstler auf, die im vergangenen Jahr in Österreich besonders gerne gehört wurden.
- Erklären Sie, wie Spotify das Konzept des „musikalischen Alters“ definiert und welche Mechanismen dahinterstehen.
- Analysieren Sie, welche Interessen Spotify mit diesem Feature verfolgt.
- Beurteilen Sie, welche kulturellen oder politischen Bedeutungen der Erfolg einzelner Künstlerinnen und Künstler (z. B. Bad Bunny, Alex Warren) haben kann.



C) Textproduktion

Situation: Für einen Schulblog verfassen Sie einen Beitrag darüber, wie digitale Plattformen wie Spotify unsere Selbstwahrnehmung beeinflussen. Grundlage dafür ist der Artikel „Warum Spotify uns älter aussehen lässt“. Verfassen Sie einen **Kommentar** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Fassen Sie die wichtigsten Aspekte des Ausgangstextes zusammen.

- Erläutern Sie, welche Funktionen Jahresrückblicke wie „Spotify Wrapped“ für Nutzerinnen und Nutzer erfüllen.
- Diskutieren Sie, welche Auswirkungen algorithmische Rückblicke auf Selbstbild, Konsumverhalten und gesellschaftliche Trends haben.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.



D) Weiterführende Aufgaben

- Unten finden Sie drei fiktive Personen in Ihrem Alter. Wählen Sie eine Persona aus entwerfen Sie einen kurzen „Spotify Wrapped“ für sie, indem Sie typische Elemente wie Top-Musikschaffende, meistgehörte Stimmungen, „musikalisches Alter“ oder Genres kreativ zusammenstellen.
 - Person 1: hört klassische Klaviermusik zum Lernen, liebt aber ebenso aktuelle Popsongs und TikTok-Hits
 - Person 2: hört fast ausschließlich Musik der 1970er und 1980er, mag Gitarrenballaden und alte Rockklassiker, konsumiert wenig neue Releases
 - Person 3: entdeckt ständig neue Musik – vor allem über TikTok und Instagram, hört internationale Artists, besonders Latin, Afrobeats und EDM (Electronic Dance Music)
- Beantworten Sie im Anschluss folgende Reflexionsfragen:
 - Wie sind Sie bei der Auswahl der Elemente für den „Wrapped“ der Person vorgegangen und welche Überlegungen haben Ihre Entscheidungen geleitet?
 - Wie haben Sie entschieden, welche Aspekte des Hörverhaltens der Person betont und welche eher vernachlässigt werden?
 - Welche Identitätsbilder oder Zuschreibungen entstehen durch den von Ihnen gestalteten Jahresrückblick?

aufgelesen