

100 Jahre deutscher

Schlager!



TELOS VERLAG

rockⁿpopmuseum

MUSTER

rock'n'popmuseum / Thomas Mania, Ingo Grabowsky, Martin Lücke (Hg.)

100 Jahre deutscher Schlager!



Telos Verlag Dr. Roland Seim M.A.
Verlag für Kulturwissenschaft
Münster 2014

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek:
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie, detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über **<http://dnb.ddb.de>** abrufbar.

1. Auflage, März 2014

Katalogbuch zur gleichnamigen Ausstellung im rock'n'popmuseum, 19.03. - 27.04.2014 und 16.05. - 17.09.2014,
Udo-Lindenberg-Platz 1 • D-48599 Gronau • www.rock-popmuseum.de

Copyright © 2014 rock'n'popmuseum • Gronau
Telos Verlag Dr. Roland Seim M.A. • Im Sundern 7-9 • D-48157 Münster/Westf.
www.telos-verlag.de • mail@telos-verlag.de • Tel/Fax 0251-326160

Alle Rechte vorbehalten

Die Urheberrechte der Texte bzw. der Abbildungen liegen bei den Rechteinhabern. Die Reproduktionen verstehen sich als
Bild- bzw. Großzitate im Sinne von § 51 des Urheberrechts.

Ausstellungskuratoren: Ingo Grabowsky, Martin Lücke

Ausstellungsgestaltung: Thomas Mania

Redaktionelle Bearbeitung: Ingo Grabowsky, Martin Lücke, Thomas Mania, Britta Roelvink-Drewitz

Layout: Thomas Mania / Frank Schürmann • pressebüro & medienservice schürmann

Hullerner Str. 9 • D-45721 Haltern am See • www.schuermann.ws

Coverdesign: Thomas Mania / Frank Schürmann

Exponatfotografie: Mario Brandt / Frank Schürmann

Koordination: Britta Roelvink-Drewitz

Druck und Verarbeitung: Möllers Druck und Medien GmbH • Markusstraße 6-10 • 48599 Gronau-Epe •
www.moellers-druck.de

Printed in Germany, 2014

ISBN 978-3-933060-44-0

Inhaltsverzeichnis

Thomas Mania <i>Schlager! – die neue Leichtigkeit alten Kulturgutes</i>	7
Ingo Grabowsky, Martin Lücke <i>100 Jahre deutscher Schlager!</i>	19
Bibi Johns im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„Ich kam, sang und blieb hängen“</i>	54
Michael Holm im Gespräch mit Frank Schürmann <i>„Musik ist Gefühl oder Gefühl ist Musik“</i>	66
Klaus Lage im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„Kompromisslos bleiben kann man in dieser Branche nicht“</i>	80
Dieter Thomas Kuhn im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„... ein bisschen mit den Schlagerklischees brechen“</i>	98
Hans-Ulrich „Ulli“ Weigel im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„Eigene Gedanken, die den Nerv der Menschen treffen“</i>	108
Wolfgang „Max“ Kaminski im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„Die Showbranche ist nicht das Wichtigste auf der Welt“</i>	120
Hans-Jürgen „Hansi“ Hoffmann im Gespräch mit Ingo Grabowsky <i>„Schlager ist ein Stück Kulturgut“</i>	134
Robert Bosch, Patrick Getzmann, Volker Pesch und Martin Quaas <i>Musik des Homo Oeconomicus? Volkswirtschaft und Schlager</i>	149

Danksagung

Das rock'n'popmuseum bedankt sich bei allen, ohne deren Unterstützung die Ausstellung und dieser Katalog nicht hätten realisiert werden können:

Akademie der Künste, Berlin; Bibi Johns, München; Bruno Balz-Archiv, Berlin; Deutsches Filminstitut DIF, Frankfurt a. Main; Deutsches Rundfunkarchiv, Frankfurt a. Main; Dirk Dämkes, Willich-Anrath; Filmmuseum Potsdam, Potsdam; Gerhard-Winkler-Musikarchiv, Berlin; Götz Alsmann, Münster (Westf.); Hans-Jürgen Hoffmann, Lüneburg; Helene Fischer, Hamburg; Institut für Zeitungsforschung, Dortmund; Klaus Lage, Bremen; Koko & DTK Entertainment GmbH, Dieter Thomas Kuhn, Tübingen; Landesbibliothekszen-trum Rheinland-Pfalz, Koblenz/Speyer; Michael Holm, München; Mickie Krause, Emsdetten; Mi-nisterium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf; Modemuseum Schloß Meyenburg, Meyenburg; Montana Musikverlag, Hans R. Beierlein / Montana, München; Petra Pascal, Bonn; Radio Pa-loma, Berlin; Roy-Black-Archiv, Dortmund; Stif-tung Deutsche Kinemathek, Berlin; Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn; Stiftung Jüdisches Museum Berlin, Berlin; Tom Astor, Schmallenberg; Hans-Ulrich Weigel, Berlin; Wolfgang Kaminski, Herdecke.



Schlager! – die neue Leichtigkeit alten Kulturgutes

Thomas Mania

Schlager, geliebt oder gehasst, so eröffnen Ingo Grabowsky und Martin Lücke, die beiden Kuratoren der Ausstellung, ihren Katalogbeitrag. Dabei ist jedoch die Ausschließlichkeit eines Genres der Popmusik geradezu ein Kriterium ihrer Definition, denken wir nur zum Beispiel an Techno-Freaks oder headbangende Fans von Death Metal, man ist fanatisch dabei oder ein entschiedener und verständnisloser Gegner. Der Integrations- und Distinktionsfaktor solcher Fangemeinschaften ist – oder sollte man besser sagen war – enorm, verliert aber im Zeichen des allgemeinen Bedeutungsverlustes der Popmusik als sozialer Integrationsfaktor zunehmend an Kraft und Einfluss. In den Zeiten der Omnipräsenz und virtuellen Verfügbarkeit der Popmusik hat sie nicht nur ihren provokativen und damit distinktiven Wert, sondern auch ihre „Bilder“, ihre Funktion als Projektionsfolie für jugendliche Selbstentwürfe bezüglich des Lifestyles und der äußerlichen Eigenpräsentation eingebüßt. Aber trifft dies auch tatsächlich auf den Schlager zu? In einer Bestandsaufnahme resümiert das Online-Portal des *Handelsblatts* eine enorme wirtschaftliche Bedeutung des Geschäfts mit dem Schlager im popmusikalischen Strauß der diversen Genres. Im Jahr 2010 belief sich allein der Tonträgerumsatz mit dem Schlager laut Bundesverband Musikindustrie auf rund 72 Millionen €, also ohne Berücksichtigung der Einnahmen aus den Verkäufen von Konzerttickets, Fernseherträge und Merchandising. Der Anteil am Gesamtumsatz der Popmusik steigerte sich in den Jahren der Schlagerkrise von 1991 mit drei Prozent, auf fünf Prozent im Jahr 2007 und gar acht Prozent im Jahr 2011! Die aktuellen Zugpferde sind Andrea Berg und Helene Fischer, aber auch Semino Rossi schaffte es auf

seiner Tournee 2010 mehr als 200.000 Besucher zu einem Konzertbesuch zu motivieren (Schmidt/Linde 2012).

Schlägt sich in solchen Zahlen lediglich der demografische Wandel mit der zunehmenden „Vergrreisung“ unserer Gesellschaft nieder oder liegen noch ganz andere Phänomene diesem wachsenden Erfolg des Schlagers zugrunde? André Selleneit, seines Zeichens ehemaliger Labelmanager von Ariola, vermutet eine zunehmende Beliebtheit im Umgang mit dem Pop und sieht darin einen Verzicht der Konsumenten auf eine strenge Teilung nach verschiedenen Musikrichtungen. Selleneit stützt sich bei seiner Argumentation auf harte Fakten: Während 2009 nur sieben Prozent der Käufer zwischen 20 und 29 Jahre alt waren, konnte dieser Prozentsatz 2011 auf fast das Doppelte, zwölf Prozent, gesteigert werden. Insgesamt scheinen sich aber auch die Rezeptionsgewohnheiten im Umgang mit dem Schlager geändert zu haben (Schmidt/Linde 2012). Eine Eventisierung (Heinlein 2012, Hitzler 2011), ein Wandel zur Spaßgesellschaft, macht die in diesen Zusammenhängen seichte Konsumware Schlager zum schnell beherrschbaren Allgemeingut auf mallorquinischen Ballermannpartys, dem Hamburger Schlagermove oder allerlei Oktoberfesten, wie sie schon seit Jahren dem Unkraut gleich aus dem Boden schießen. Auf diesen einseitig ausgerichteten Veranstaltungen erweist sich der Schlager als ein Teil deutscher Kultur – Spaßkultur –, wie man sie inzwischen fast überall auf der Welt von uns Teutonen erwartet. Die soziale Bindekraft des Schlagers in diesem Zusammenhang ist beachtlich, aber nur für den konkreten Event instrumentalisiert und damit von klar umrissener, temporärer



Semmel Concerts GmbH präsentiert eine Produktion der Künstlermedia GmbH in Kooperation mit Künstlermanagement Uwe Kenthak

Helene Fischer

DIE TOURNEE 2012

Für
einen Tag
LIVE
in
Kassel

Das neue Album

Jetzt erhältlich!

Montag, **26.11.2012**, 19:30 Uhr
KASSEL EISSPORTHALLE

Karten sind bei allen bekannten Vorverkaufsstellen erhältlich.
Kartentelefon: **0561-203204** • Internetbestellungen: www.mmkonzerte.de
Örtlichen Veranstalter: MM Konzerte GmbH, Kassel

 hr4
Hessischer Rundfunk

 **semmel**
concerts

TICKETS: An allen bekannten Vorverkaufsstellen • HOTLINE: 0 18 05 / 57 00 99 • www.semmel.de
0,14 EUR/Min. • Mobilfunkpreise max. 0,42 EUR/Min.

Abb.: Tourneepakat Helene Fischer,
2012

ANDREA
ZWISCHEN HIMMEL & ERDE
BERG

Samstag · 20 Uhr
06.03.2010 **Eissporthalle KASSEL**

hr4

Karten an allen bekannten Vorverkaufsstellen
Tel. 0561 / 203 204 · www.mmkonzerte.de
Tourneeleitung: J. Möllering GmbH - Örtl. Veranstalter: MM Konzerte GmbH, Kassel

Abb.: Tourneeplakat Andrea Berg,
2010



Bedeutung. Dies ist sicherlich in der über einhundertjährigen Geschichte des Schlagers nur eine Momentaufnahme, die den vielen, über Jahrzehnte treuen Anhängern dieses Genres nicht gerecht werden kann. Denn bei einer Bewertung sollte nicht vergessen werden, wie viele Evergreens dieses Genre hervorbringen konnte und damit echte und tatsächlich lebendige Kulturgüter schuf, die weit mehr sind als schnell vergängliche Fetenhits. Ganz im Gegenteil zur kolportierten Belanglosigkeit und fehlenden Substanz kann die Identifikation der Fans mit dem Schlager durchaus Hilfestellung in schwierigen Lebenslagen bieten, wie auch ein Teilbereich der Ausstellung zeigt. Deswegen bedarf es einer differenzierten Behandlung des Gegenstands, die auch Fragen nach den Graden der Identifikation und der Instrumentalisierung des Schlagers aller am Prozess beteiligter Kreise in unterschiedlichen kulturellen Konstellationen und ökonomischen Interessenszusammenhängen beantworten kann. Um diesem Anspruch gerecht werden zu können, zeichnet das rock'n'popmuseum persönliche Geschichten von Künstlern, Textern, Komponisten, Fans und Promotern nach, die dazu geeignet sind, einen wichtigen Beitrag zu einer epochengebundenen Geschichtsschreibung des Schlagers zu leisten.

Die Ausstellung

Der Aufstieg des Phönix' aus der Asche und eine „neue Leichtigkeit“ im Umgang mit dem Schlager sind vermutlich die Gründe für die in der jüngeren Vergangenheit beachtlichen Ausstellungsaktivitäten rund um das Thema zum Beispiel in Bonn (Stiftung Haus der Geschichte) oder Dortmund (Museum für Kunst und Kulturgeschich-

te) und schließlich auch in unserem Haus. Das rock'n'popmuseum zeigt die Geschichte des Schlagers in sieben chronologischen Kapiteln in ihrer Abhängigkeit von volkswirtschaftlichen, kulturellen und zeitgeschichtlichen Phänomenen fernab gängiger Klischees. Der Besucher erhält über Audioguides die Möglichkeit, sich vom Schlagerexperten und -interpreten Götz Alsmann in die musikalischen und historischen Zusammenhänge der sieben Themenbereiche einführen zu lassen.

Dadurch entsteht ein höchst facettenreiches Bild dieses so schillernden Genres des erfolgreichen deutschsprachigen Liedes. Es gibt durchaus Schnittmengen mit anderen Stilistiken, aber auch Berührungspunkte von Künstlern mit dem Image der seichten Muse. Der heutige Rockstar Peter Maffay begann seine Karriere bekanntlich mit dem Kunze/Orloff-Schlagerhit *Du* und kämpfte danach viele Jahre gegen das Image des „Schlageraffen“ an. Ähnlich verhält es sich mit der international renommierten Schauspielerin und Entertainerin Caterina Valente, die sich bis zum heutigen Tage vehement dagegen wehrt, dass ihr Name auch nur im erweiterten Dunstkreis des Themas Schlager fällt, obwohl sie in einer Vielzahl von Musikfilmen (u.a. *Liebe, Tanz und 1000 Schlager*) vertreten war und mit Liedern wie *Steig in das Traumboot der Liebe* oder *Itsy Bitsy Teenie Weenie Honolulu-Strand-Bikini* große Erfolge feiern und deutsche Schlagergeschichte schreiben konnte. 1957 erhielt der Weltstar mit *Bonsoir Kathrin* gar eine eigene deutsche Fernsehshow, die die ARD in loser Folge bis hinein in die sechziger Jahre sendete.

Gerade wegen dieser Ressentiments freut sich das rock'n'popmuseum, Künstler präsentieren zu



Abb.: Götz Alsmann beim Einsprechen der Texte, 2014 © Frank Schürmann

können, die zu diesen Grenzgängern gehören wie zum Beispiel Klaus Lage als Rockpoet, Tom Asor als Country-Musiker oder etwa die Chansonette Petra Pascal, titulierte als deutsche Juliette Gréco. Aber nicht nur die gezeigten Künstler repräsentieren eine verblüffende Breite des Genres, auch textlich und kompositorisch kommt der Schlager vieldimensional daher. *Der kleine grüne Kaktus* in der Interpretation von den Comedian Harmonists zum Beispiel erzielt als Schellackplatte auf den

einschlägigen Internetbörsen vierstellige Summen und hat von seiner mitreißenden Lebendigkeit und seinem Witz bis heute nichts an Faszination eingebüßt. Die Bandbreite dieses angeblich so flachen Genres ist derart faszinierend und reicht von frivol und witzig, über oberflächlich bis tiefgründig, bleibt dabei aber immer unterhaltsam und im besten Sinne emotionalisierend. Diese Mechanismen des Schlagers kennen offenbar keine ideologischen Grenzen. Die Ausstellung zeigt auch den realsozia-

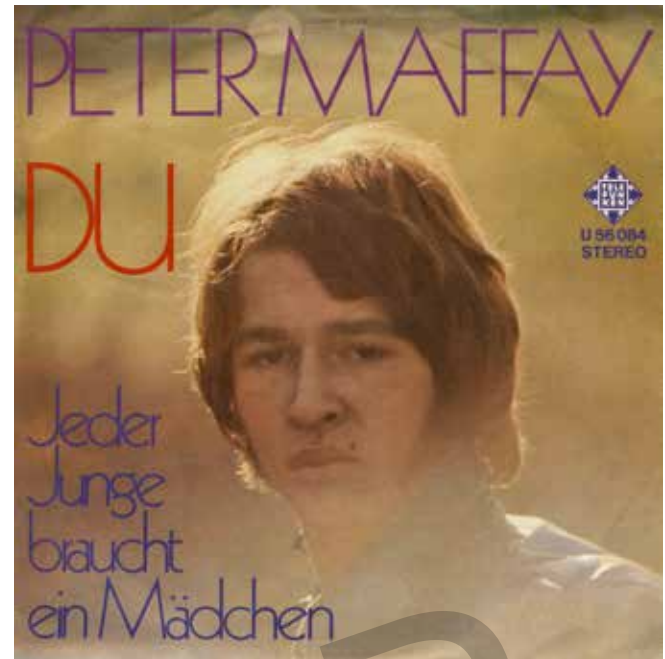


Abb. oben: Single Peter Maffay, 1970

Abb. links: Programm zum Film Bonjour Kathrin mit Catearina Valente in der Hauptrolle, 1956

listischen Umgang der Deutschen Demokratischen Republik mit dem Schlager und deckt viel Ähnliches auf zwischen den konkurrierenden Systemen aus den Zeiten des Kalten Krieges.

Der Besucher kann in der multimedialen und interaktiven Darstellungsform eine Vielzahl von Soundbeispielen abrufen und wird dabei feststellen, dass ein Großteil der Lieder Wiederentdeckungen sind, weil sich der Schlager bereits tief in das Gedächtnis des kollektiven Erbes eingegraben hat

und damit ein bedeutendes Stück gesamtdeutscher Kultur und Mentalität abbildet. Darüber hinaus hat der Besucher die Möglichkeit, an ausgewählten Objekten mittels Audioguide Erzählungen und Stimmungsbilder von Zeitzeugen abzurufen, die ein eindrucksvolles, ganz intimes Zeugnis gelebter Zeit- und Schlagergeschichte ablegen und damit eine differenzierte, individuelle Annäherung ermöglichen. Dazu zählen auch die bewegenden Erlebnisse des genialen Schlagertexters Bruno

Balz (1902-1988, *Kann denn Liebe Sünde sein*), den unter den Nationalsozialisten die Geheime Staatspolizei (Gestapo) wegen homosexueller Neigungen inhaftiert hatte. Seine unverzichtbare Textkunst bewahrte ihn vor der Verlegung ins Konzentrationslager und verhalf nationalsozialistischen Unterhaltungs- und Propagandafilmen zum Erfolg (*Ich weiß, es wird einmal ein Wunder gescheh'n* aus dem Film *Die große Liebe*). Als zynischen Lohn bescherten ihm seine eingängigen Texte nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs eine Anklage der Alliierten wegen Unterstützung des Hitler-Regimes, von der man ihn allerdings freisprach.

Der Katalog

Wie die Ausstellung setzt der Katalog auf eine hohe Authentizität. Den Rahmen für einen Interviewblock bilden zwei reflektierende Beiträge. Die beiden Kuratoren der Ausstellung, Ingo Grabowsky und Martin Lücke präsentieren eine detailreiche Einführung in die Geschichte des Schlagers, die in ihren sieben Kapiteln der Gliederung der Ausstellung folgt. Ihnen gelingt es, die Fülle der Fakten und Ereignisse fundiert in unterhaltsame Form zu gießen. Den Ausstellungsbegeleitband beschließen Überlegungen zur Bedeutung volkswirtschaftlicher Kennziffern für den Erfolg von Popmusik. Auf der Basis umfangreicher statistischer Daten weisen die vier Autoren den Zusammenhang konjunktureller Stim-

mungen und inhaltlicher Implikationen der erfolgreichsten Jahreshits nach.

Den breitesten Raum beansprucht der Interviewblock. Die Wahl der vier Künstler erfolgte aus Gründen der stilistischen Breite und der historischen Tiefe. Bibi Johns steht für die fünfziger Jahre und repräsentiert damit den vom Jazz beeinflussten Schlager. Michael Holm ist ein Vertreter der siebziger Jahre. Große Erfolge feierte er in den Blütejahren des Schlagers, die mit der *ZDF-Hitparade* und der Moderation von Dieter Thomas Heck zusammenfallen. Michael Holms *Mendocino* oder *Barfuß im Regen* sind bis heute unvergessene Highlights des Genres. Klaus Lage ist einer der oben bereits erwähnten Grenzgänger, der sich nur vorübergehend auf dem Schlagersektor bewegte. Seine Profession ist eher die Rockmusik, und dennoch gelang Klaus Lage mit *1000 und 1 Nacht* einer der herausragenden Schlager der achtziger Jahre. Mit Dieter Thomas Kuhn und anderen begann die

Renaissance des Schlagers, der in den neunziger Jahren ein deprimierendes Tief durchschreiten musste. Mit ihm erhält das Genre erstmalig die erfrischende, persiflierende Leichtigkeit, die ihm bis heute viele Türen öffnet und einem breiten, jüngeren Publikum zugänglich macht.

Mit diesen vier Musikern verlässt die Publikation das Rampenlicht und widmet sich den Personen, die im Hintergrund der Szene nicht minder bedeutende Tätigkeiten verüben. Sowohl mit dem Konzertveranstalter und Künstlermanager



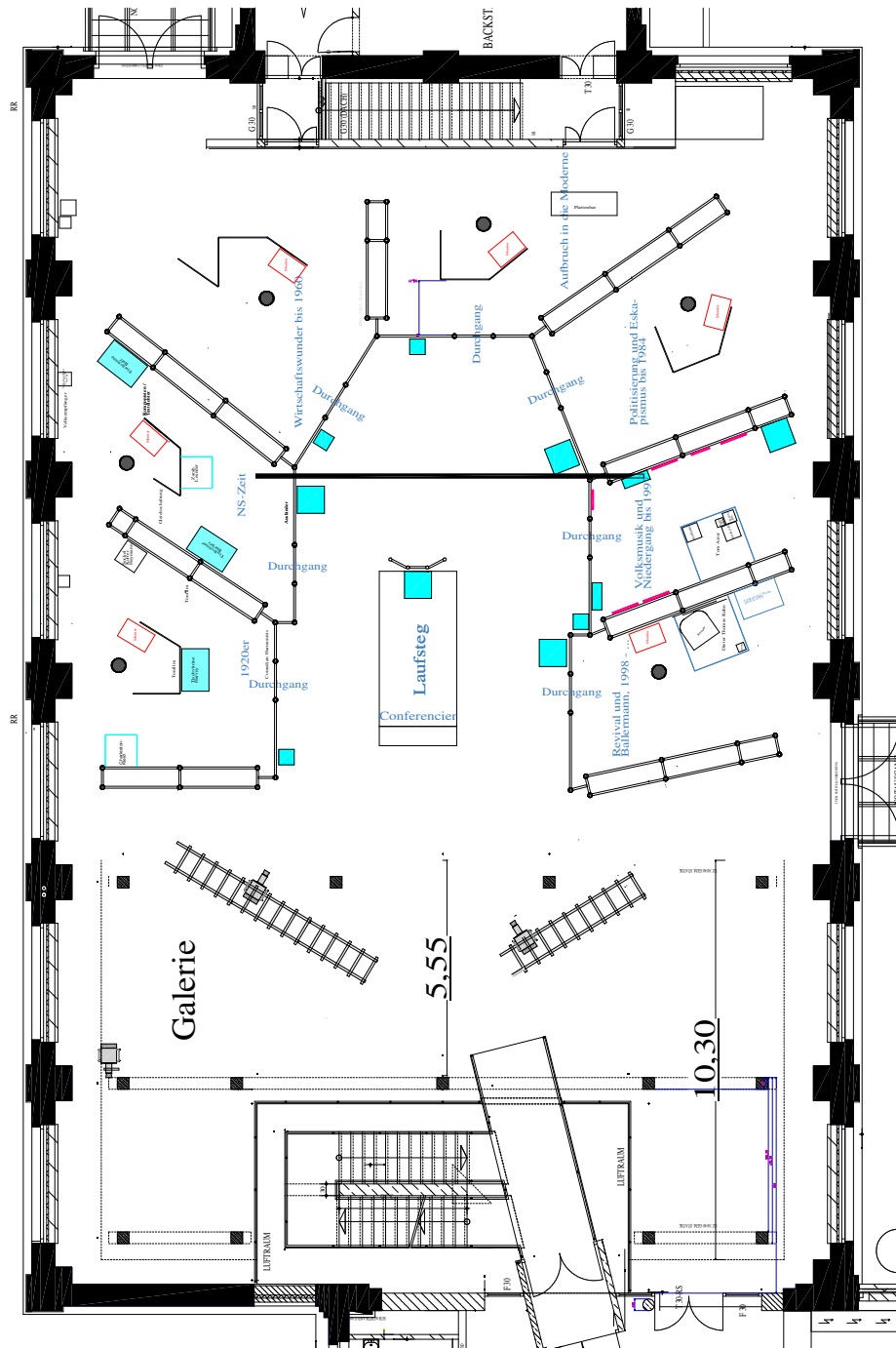


Abb. links:
Gitarre Klaus
Lage, Klaus
Lage

Abb. rechts: Aus-
stellungsplanung

Wolfgang Kaminski als auch mit dem Presseemann und Promotionprofi Hansi Hoffman kommen die „Strippenzieher“ des Business zu Wort. Ohne Zurückhaltung, lassen sie in offenen Worten die vielen Jahre ihrer Tätigkeit Revue passieren und gewähren damit Einblick in das wirkliche Geschehen hinter den Kulissen. Als Bindeglied zwischen den Künstlern und den Promotionfachleuten fungiert das Interview mit dem Schlagertexter Ulli Weigel, von dem unter anderem der Text zu *Rocky* stammt. Seine Person repräsentiert den bedeutendsten, aber permanent unterschätzten Bereich der Texter und Komponisten. Denn in der Geschichte des Schlagers stellt der selbst textende und komponierende Interpret nach wie vor die Ausnahme dar.

Literatur

Heinlein, Michael, Hg. (2012): Die vergnügte Gesellschaft. Ernsthaftige Perspektiven auf modernes Amüsement. Bielefeld

Hitzler, Ronald (2011): Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenspaß. Wiesbaden

Schmidt, Kristin / Linde, Désirée (2012): Schlager stürmen die Umsatz-Charts. In: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/musikbranche-schlager-stuermen-die-umsatz-charts/5264466.html>. (17.02.14)

Autor

Dr. Thomas Mania ist bereits seit 2000 für das rock'n'popmuseum tätig und hat in dieser Zeit zahlreiche Ausstellungen zur Popmusik kuratiert sowie begleitende Publikationen herausgegeben.



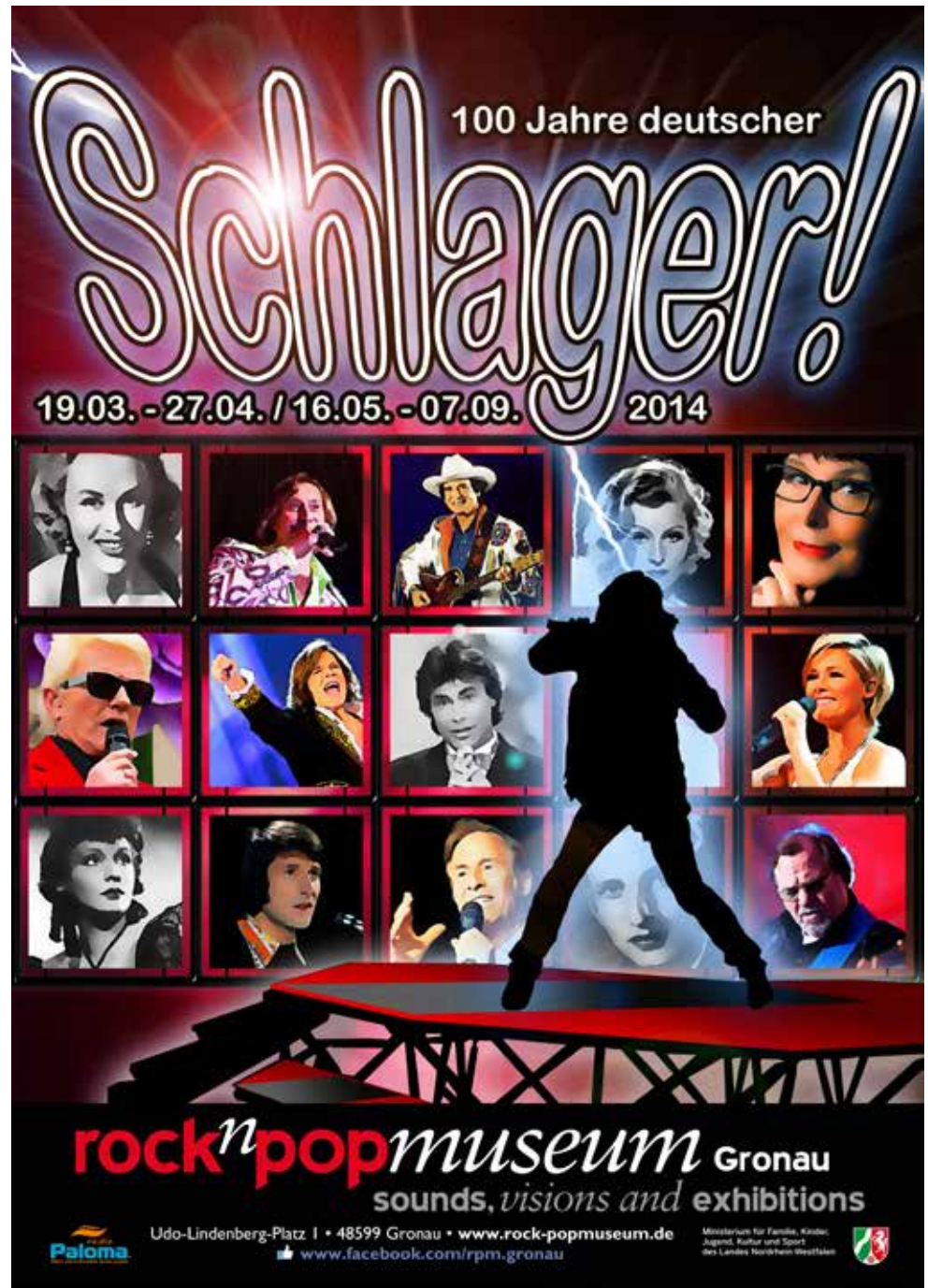


Abb.: Ausstellungsplakat 100 Jahre deutscher Schlager!, 2014



100 Jahre deutscher Schlager!

Ingo Grabowsky & Martin Lücke

Alles Schlager

Schlager: Er wird geliebt oder gehasst, seit mehr als einhundert Jahren spielt dieses Genre eine bedeutende kulturelle, vor allem aber auch wirtschaftliche Rolle als kommerzielle und schnelllebige Musikware. Schließlich bezeichnet der Begriff Schlager nichts anderes als ein erfolgreiches, also populäres deutschsprachiges Lied. So verwundert es auch kaum, dass das Wort „Schlager“ der Handelssprache entlehnt ist, in der erfolgreiche Produkte „einschlagen“. Nachdem das in Wien erscheinende *Neue Fremdenblatt* am 17. Februar 1867 über Johann Strauss' noch heute oft gespielten Walzer *An der schönen blauen Donau* getitelt hat: „Die Eröffnungsnummer der zweiten Abteilung war ein entschiedener Schlager“ (Linke 1982, S. 82), steht dieser Begriff als Synonym für einerseits erfolgreiche Lieder und andererseits für ein darüber hinausreichendes Genre, das sich im Laufe der Historie populärer Musik in Deutschland herauskristallisiert. Doch nicht jedes kommerziell erfolgreiche Lied wird heute als Schlager tituliert, zu negativ hat sich das Image dieses Begriffs in den vergangenen Jahrzehnten ausgebildet. Daher haben sich daneben die Bezeichnungen „Pop“ oder auch „Deutsch-Pop“ etabliert, und so ist die mehr als 100-jährige Schlagergeschichte voll von Wandlungen und Wendungen, von Niedergängen und Revivals, aber vor allem von im kulturellen Gedächtnis haften gebliebenen Liedern und mannigfachen Anekdoten.

Die frivolen 1920er Jahre

Von Beginn an ist die Aufgabe des Schlagers, seine Hörer angemessen zu unterhalten, sie durch schöne

Melodien, teils mitreißende Rhythmen und manchmal auch sozial- und gesellschaftskritische Texte vom Alltag abzulenken. Sind es zunächst einzelne Nummern aus den beliebten Wiener und Berliner Operetten des ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts von Walzerkönig Johann Strauss oder den Berlinern Paul Lincke, Jean Gilbert oder Walter Kollo, die ihren Weg von der Bühne in die Tanz- und Musiklokale finden, entwickelt sich fast zeitgleich eine durch industrielle Arbeitsteilung charakterisierte Schlagerbranche, die das populäre Lied gewinnträchtig in verschiedenen medialen Kanälen vermarktet. Denn der Aufschwung des Schlagers zu einer kommerziell bedeutenden Ware ist bis heute untrennbar mit den massenmedialen Errungenschaften des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts verbunden.

Schallplatte, Rundfunk und später Tonfilm sorgen dafür, dass sich die kleinen, mal mehr oder weniger künstlerisch erarbeiteten Nummern millionenfach verbreiten und immer mehr Anhänger in ihren Bann ziehen. Verzögert und abgebremst wird diese Entwicklung zunächst durch den Ersten Weltkrieg und die daraus folgende wirtschaftliche Schwäche und beginnende Hyperinflation, in der Vermögen schrumpfen und ein Großteil der Bevölkerung mit dem nackten Überleben beschäftigt ist. Die Schlagermacher reagieren auf diese bis mindestens Ende 1923 anhaltende prekäre Situation mit Spott und Sozialkritik. So spielt Robert Steidels noch heute oft zu hörender Karnevalsklassiker *Wir versaufen uns'rer Oma ihr klein Häuschen* aus dem Jahr 1922 auf die immer schnellere Inflation an. Zwei Jahre später gehen auch Victor Corzilius und Hans Pflanzner mit *Pleite, pleite sind heut' alle Leut!* auf



Abb.: Detektorradio, zwanziger Jahre



*Abb.: Paar beim Radio-
hören, 1928 © picture
alliance / akg-images*



die – trotz neuer Währung – noch immer miserable Lage der Menschen ein. Als regelrechter Gassenhauer dieser Zeit entpuppt sich der auf das Berliner Unterweltmilieu anspielende Schlager *Max, du hast das Schieben raus* aus der im Berliner Walhalla-Theater gespielten Revue *Berlin, einst und jetzt*.¹ Laut Maurus Pacher mischten sich neben den normalen Gästen „unter das Publikum auch die echten Brüder des Schiebermax, die Ganoven und Zuhälter aus der Alex-Gegend“ (Pacher 1992, S. 142).

Ist die Schlagerrezeption bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts vor allem auf die Live-Präsentation beschränkt, sorgen die parallel entstehende Musikindustrie mittels Schallplatte sowie der ab den 1920er Jahren aufkommende Rundfunk dafür, dass der Schlager innerhalb weniger Jahre fast flächendeckend in allen gesellschaftlichen und sozialen Schichten Fuß fassen kann. Als am 29. Oktober 1923 abends um acht Uhr aus der Berliner Zentrale der Schallplattenfirma Vox die erste Stunde Hörfunkprogramm gesendet wird – allerdings noch ohne Schlager! –, hören zwar erst wenige diesem neuen Medium zu. Doch verkaufen die Fachgeschäfte innerhalb weniger Jahre Millionen Empfangsgeräte und schon zu Beginn der 1930er Jahre besitzt in den Großstädten jeder zweite Haushalt ein solches Gerät, und Schlager jeglicher Couleur sind fester Bestandteil der bunten Hörfunkprogramme.

Bereits einige Jahre vor dem Hörfunk bringt die Schallplatte mit einer maximalen Spielzeit von vier Minuten den Schlager in die Wohnzimmer

der Menschen, womit sich die Rezeption abrupt vom Live-Ereignis entkoppelt. Vor allem die mit rund drei Minuten standardisierten Schlager sorgen für einen frühen Boom des neuen Mediums, schließlich entfallen 1930 in Deutschland bereits Dreiviertel aller verkauften Tonträger auf den Unterhaltungsmusikbereich. Im Hörfunk gehen beide Medien eine bis heute bestehende Koexistenz ein. Zwar besteht das damalige musikalische Hörfunkprogramm zu einem gewissen Teil aus Konzerten live aus dem Rundfunkstudio oder anderen Musiklokalen, zum anderen aber aus mit Schallplatten bestrittenen Sendungen, die der Hörerschaft stets die neuesten Schlagerproduktionen bieten. Auch das populäre Lied selbst reagiert auf den immer schnelleren technischen Fortschritt, u.a. mit Hermann Leopoldis und Wau Waus (der Künstlernamen des österreichischen Schriftstellers Theodor Waldau) Hit *Die schöne Adrienne hat eine Hochantenne / tschintarataradio* aus dem Jahr 1925.

Beliebt sind beim Publikum in den Goldenen Zwanzigern aber vor allem zwei Aspekte: heiße Tänze wie Foxtrott, Black Bottom und Co. sowie frivole, leicht anzügliche Texte. Ein beides miteinander verbindendes Beispiel ist der von Fritz Grünbaum 1926 getextete Schlager *Ich hab' das Fräul'n Helen' baden 'seh'n*, auf den Fred Raymond eine flotte Foxtrott-Nummer schreibt. Denn der Protagonist des Liedes sieht vom Körper der schönen Helene in einem Hotel deutlich mehr, als zur damaligen Zeit zwischen Unverheirateten schicklich ist. Überwältigt vom Erfolg ihres Liedes lassen die beiden Urheber noch eine Parodie folgen: „Das schöne Fräul'n Helen soll nicht mehr baden! Ich hab genug geseh'n von ihren Waden! Sie soll auch

1) Ursprünglich stammt der Schlager *Max, du hast das Schieben raus* bereits aus dem Jahr 1915, doch feiert er auch nach dem Ersten Weltkrieg große Erfolge.



Abb. oben: Notenblatt, 1926, Landesbibliothekszentrum Rheinland-Pfalz / Pfälzische Landesbibliothek Speyer

Abb. rechts: Zigarettendose der Firma Massary mit einer Abbildung von Fritzi Massary, ca. 1910, Jüdisches Museum Berlin

zeigen nicht mehr so beim Sichverneigen ihren – oh!“ (Pacher 1981, S. 165).

Auch Richard Falls *Was machst Du mit dem Knie lieber Hans beim Tanz* gibt Fritz Löhner unter seinem Pseudonym Beda einen eindeutig zweideutigen Text. Die Beispiele für Schlager dieser Art sind zahlreich (*Katinka hat ein Höschen an, Herr Lehmann hat die Lu gezwickt, Heinrich, wo greifst Du*

denn hin etc.), doch bestimmen daneben zahllose Nonsens-Schlager den Geschmack des Publikums. Schon 1923 schreibt Beda auf das amerikanische Original *Yes! We have no Bananas* den Text *Ausgerechnet Bananen*, den Willy Haas als „einen der größten Schlager, seit es Schlager gibt“ (zitiert nach Pacher 1981, S. 161) bezeichnet. Aber auch Titel wie *Was macht der Meier am Himalaya, Wer hat bloß den Käse zum Bahnhof gerollt, Mein Papagei frisst keine harten Eier* oder *Wo sind Deine Haare, August?* betören Mitte der 1920er Jahre zumindest für einen kurzen Moment das vergnügungssüchtige Publikum der Weimarer Republik.

Doch sind es nicht nur die Lieder, die begeistern. Die Interpreten stehen immer mehr im Fokus des Interesses. Begnadete Sängerinnen wie Fritzi Massary (eigentlich Friederika Massaryk) gelten als wahre Trendsetter ihrer Zeit und bestimmen den modischen Stil einer ganzen Generation.

Weltweit gefeiert wird aber eine Gruppe – heute würde man sie als Boygroup titulieren –, die durch gesangliches Talent, textlichen Witz und überbordenden Charme vor allem die weiblichen Fans begeistert: die Comedian Harmonists, ein 1927 in Berlin nach dem Vorbild der amerikanischen The Revelers gegründetes Vokalensemble um ihren dritten Tenor Harry Frommmermann. Zwar beginnt das Projekt ganz klein mit einer Anzeige im *Berliner Lokal-Anzeiger* – „Achtung. Selten. Tenor, Bass (Berufsanfänger, nicht über 25), sehr musikalisch, schönklingende Stimmen, für einzig dastehendes Ensemble unter Angaben der täglich verfügbaren Zeit gesucht“ (zitiert nach Hobsch 1998, S. 236) – doch entwickelt sich daraus innerhalb kürzester Zeit eine beispiellose Karriere. Dem ersten öf-



fentlichen Auftritt im September 1928 in einer der berühmt-berüchtigten Haller-Revuen folgen zahlreiche Engagements im In- und später auch Ausland. Die Nationalsozialisten erzwingen 1935 die Auflösung des Ensembles aufgrund der jüdischen Herkunft einiger Mitglieder: Dies ist ein anderes, dunkles Kapitel deutscher Schlagergeschichte. Bis heute aber verzaubert das ursprüngliche Ensemble durch seine als Tonaufnahmen erhalten gebliebenen Lieder wie *Veronika, der Lenz ist da*, *Mein kleiner grüner Kaktus* oder *Ein Freund, ein guter Freund*.

Letztgenannter Schlager stammt aus dem Erfolgsfilm *Die drei von der Tankstelle* (in dem die Comedian Harmonists eine kleine, aber singende Nebenrolle übernehmen), der 1930, mitten in der inzwischen grassierenden Weltwirtschaftskrise, eine neue mediale Ära einläutet: den Tonfilm.

Die ersten Tonfilmoperetten der frühen 1930er Jahre machen singende Schauspieler oder schauspielernde Sänger wie Lilian Harvey und Willy Fritsch, Heinz Rühmann und Hans Albers zu neuen, umjubelten Stars des unterhaltungsmusikalischen Genres. Der Starkult ist geboren: Endlich kann das Publikum seine Lieblinge nicht nur im Radio oder auf Schallplatte hören, sondern auf der Leinwand sehen. Die bis heute geltende unumstößliche Verbindung von Lied und Interpret nimmt

hier ihren Ausgangspunkt. Als Hitlieferanten für die technisch immer aufwändigeren Filme arbeiten der Komponist Werner Richard Heymann, der Textdichter Robert Gilbert und viele andere in den Studios der Ufa im Akkord, um der wachsenden Nachfrage nach neuen Schlagern Herr zu werden. Neben *Die drei von der Tankstelle* spielen auch die Produktionen *Der Kongress tanzt*, *Viktor und Viktoria* oder *Der blonde Traum* immer neue Rekorde an der Kinokasse ein.

Der Schlager der NS-Zeit



Die Machtübernahme durch die Nationalsozialisten am 30. Januar 1933 bedeutet für die Gesellschaft und Politik, aber auch für die Kultur mit der „Gleichschaltung“ aller Lebensbereiche eine noch nie dagewesene Umgestaltung, die das gesamte Land und seine Bevölkerung betrifft. Zwar bleibt im unterhaltungskulturellen Sektor der Schlager weiterhin das dominierende Genre, doch ändern sich seine Inhalte und vor allem Protagonisten. Es entstehen ein gesamtdeutscher Rundfunk, eine Filmgesellschaft, die die wachsende Nachfrage organisieren soll und eine den gesamten Musiksektor beherrschende Reichsmusikkammer mit Richard Strauss als erstem Präsidenten. Auch diese Kunstgattung soll von unliebsamen, sprich nicht dem Ideal der Nazis entsprechenden Personen radikal gesäubert werden. Viele haben von nun an kaum mehr eine Chance, legal ihrer Tätigkeit nachzuge-



hen. Die Jahre der Naziherrschaft sind durch einen kulturellen Aderlass unvergleichlichen Ausmaßes in allen Gattungen geprägt. Bisher erfolgreiche Komponisten und Textdichter, die den unverwechselbaren Sound der Goldenen Zwanziger bestimmt haben, verlieren teilweise schlagartig ihre Lebensgrundlage, dürfen keine neuen Schlager mehr schreiben, und ihre alten Gassenhauer landen auf dem Index. Die Liste der dadurch ins Exil Vertriebenen ist gleichsam ein Who is Who der gesamten Unterhaltungsmusikbranche. Friedrich Hollaender (*Ich bin von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt*) emigriert in die USA, kann dort aber – wie auch viele andere – künstlerisch nicht Fuß fassen und kehrt nach dem Krieg verbittert nach Deutschland zurück. Auch Jean Gilbert, im frühen 20. Jahrhundert der Meister der Berliner Posse (*Puppchen, du bist mein Augensterne*, 1913), verlässt seine Heimat über Madrid und Paris nach Argentinien: Er sieht Deutschland nie wieder. Werner Richard Heymann (*Liebling, mein Herz lässt dich grüßen*), der in den Jahren zuvor den neuen Ufa-Tonfilm mit seinen unvergesslichen Schlagern bereichert hat, findet lange Zeit keine neue Heimat und kehrt schließlich 1951 aus den USA nach Deutschland zurück – genau mit dem Koffer, den er schon bei seiner Emigration nach Paris 1933 dabei hatte.

Andere Tonsetzer haben jedoch weniger Glück. So wird beispielsweise Richard Fall (*Liebe Katharina, komm zu mir nach China*) in Nizza verhaftet und

Abb.: „Emigrantenkoffer“ Werner Richard Heymann, ab ca. 1930 in Gebrauch, Akademie der Künste Berlin, Berlin / Werner-Richard-Heymann-Archiv / Sign. Heymann 5H



im Januar 1945 im Konzentrationslager Auschwitz ermordet (Dachs 1994, S. 157).

Ähnliche Schicksale erleben die beliebten Textdichter der Weimarer Zeit: Robert Gilbert (*Am Sonntag will mein Süßer mit mir Segeln geh'n*) oder Fritz Rotter (*Wenn der weiße Flieder wieder blüht*) gelingt die Flucht in die USA. Julius Brammer und Fritz Grünbaum aber werden verhaftet und kommen im KZ ums Leben. Dasselbe Schicksal ereilt 1942 Fritz Löhner „Beda“, der noch wenige Jahre zuvor die Hitparaden mit seinen geistreichen Texten dominiert hat (Dachs 1994, S. 206).

Wie schon erwähnt, müssen sich die Comedian Harmonists trotz ihrer Erfolge auf politischen Druck 1935 auflösen, da die Hälfte ihrer Mitglieder den Nationalsozialisten als jüdisch gilt. Ihre Wege trennen sich, die einen arbeiten in Deutschland in neuer Besetzung als Meistersextett weiter, die anderen versuchen ihr Glück im Ausland. Zur Reunion kommt es nach dem Krieg nicht mehr. Auch andere, vormals gefeierte Interpreten (Fritzi Massary, Blandine Ebinger, Martha Eggert u.v.m.) und Orchesterleiter verlieren ihre langjährige Arbeitsgrundlage und kehren – zum Teil ohne Aussicht auf eine Arbeit im Ausland – Deutschland und seinem Regime den Rücken. Doch nicht alle gehen, ein Großteil der Schlagerbranche auf und hinter der Bühne macht weiter wie bisher. Die durch die Emigrationen der bisherigen Stars entstehenden Lücken füllen sich schnell durch aufstrebenden Nachwuchs, aber auch durch linientreue Karrieristen (Kühn 2008, S. 96-98).

Einer dieser sich in den Mittelpunkt drängenden Nachwuchskomponisten ist der 1905 geborene Peter Kreuder, der schon 1930 für Friedrich Hollaen-

der einige Arrangements für den Film *Der blaue Engel* beisteuerte. In den Jahren des Nationalsozialismus schreibt Kreuder schließlich für mehr als 30 Kinofilme die Musik, darunter *Allotria* (1936), *Gasparone* (1937), *Hallo Janine* (1939) und *Wasser für Canitoga* (1939). Für diesen Film mit Hans Albers in der Hauptrolle komponiert Kreuder auf den Text von Hans Fritz Beckmann den Schlager *Good-bye, Johnny*, den Albers in seiner unnachahmlich schnoddrigen Weise interpretiert. Nach



Abb.: Bruno Balz und Michael Jary v.l., Bruno Balz-Archiv Berlin / Jürgen Dräger

der Filmpremiere, noch vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs, wird der Schlager innerhalb kürzester Zeit ein Hit und überall auf den Straßen gepfiffen. Doch nur ein Jahr später erscheint eine Werbeanzeige für den Song *Leb‘ wohl, Peter*, der melodisch-harmonisch *Good-bye, Johnny* eins zu eins gleicht, aber mit einem anderen Text ohne englische Floskeln versehen ist – schließlich befindet sich Deutschland inzwischen im Krieg mit Großbritannien. Englische Begriffe in kulturellen Werken sind von nun an tabu (Grabowsky / Lücke 2008, S. 260-263).

Weitere Erfolgsgaranten des gleichgeschalteten Schlagerbetriebs sind Norbert Schultze (*Lili Marleen*, aber auch *Bomben auf Polenland*), weiterhin Fred Raymond (*Es geht alles vorüber, es geht alles vorbei*), Werner Bochmann (*Mit Musik geht alles besser*), Franz Grothe (*Frauen sind doch die besseren Diplomaten*) und natürlich das lange Jahre zusammenarbeitende Erfolgsduo Michael Jary und Bruno Balz (*Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern*).

Zwar schreiben sie ihren *Seemann* Anfang 1939 für den Heinz Rühmann-Film *Paradies der Junggesellen*, doch zunächst floppen sowohl Film als auch Schlager. Erst als Rühmann und Co. das Lied im Oktober 1939 im ersten *Wunschkonzert für die Wehrmacht* einem Millionenpublikum präsentieren, avanciert der *Seemann*-Schlager – unbeabsichtigt von den Autoren – zum ersten Kriegsschlager (Grabowsky / Lücke 2008, S. 267-269).

Die Massenmedien Rundfunk und Film spielen seit der Zeit des Nationalsozialismus für die Verbreitung von Schlagern die wichtigste Rolle. Blüte der Rundfunk schon in der Weimarer Republik auf,

wächst die Zahl der Rundfunkteilnehmer bis 1945 fast flächendeckend. Ein Grund dafür ist die politisch gewollte Bereitstellung von günstigen Empfangsgeräten wie dem Volksempfänger VE301. Zu den populärsten Sendungen während des Zweiten Weltkriegs avanciert das schon eben genannte *Wunschkonzert*, das eine enge Verbindung zwischen Heimat und Front herstellen soll. Und es sind fast alle großen Stars der Unterhaltungsbranche, die hier auftreten und ihre neuesten Lieder im ideologisierten Umfeld zum Besten geben. Zudem ist ein Schlager aus dem Rundfunk bald nicht mehr wegzudenken: *Lili Marleen*, geschrieben von Norbert Schultze, nach einem Text von Hans Leip aus dem Jahre 1915. Zum „biggest hit of World War II“ (Peters 2001, S. 4) wird die Version mit Lale Andersen jedoch erst ab 1941. Der leistungsstarke, fast an allen Frontabschnitten zu empfangende Soldatensender Belgrad spielt in Ermangelung anderer Schallplatten das Lied mehrfach am Tag. Als es im Sommer 1941 plötzlich abgesetzt wird, bricht ein Sturm der Empörung bei den Hörern los, und der Sender nimmt das Lied bald wieder ins Programm auf. Doch nicht nur in Deutschland, auf beiden Seiten der Front wird *Lili Marleen* zum Inbegriff der Sehnsucht (Jockwer 2005, S. 234-239).

Neben dem Rundfunk ist der Tonfilm das wichtigste massenwirksame Propagandamittel des Regimes. Joseph Goebbels lässt in Babelsberg nahe Berlin vor allem während des Krieges Film um Film produzieren, mit dem erklärten Ziel, die Bevölkerung zu unterhalten – und vom Krieg abzulenken. Dass sich Musikfilme dafür bestens eignen, ist allen Beteiligten schon längst klar. Jedoch fehlen neben den singenden deutschen Schauspielern wie Ilse



Abb.: Filmplakat Die große Liebe,
1942, Filmmuseum Potsdam /
Sammlung

Werner (*Wir machen Musik*, 1942) weitere geeignete Stars auf der Leinwand, schließlich arbeiten Filmgrößen wie Marlene Dietrich oder Lilian Harvey schon seit längerem im Ausland. Stattdessen erobern ausländische Künstler wie der Niederländer Johannes Heesters, die Ungarin Marika Rökk, die chilenische Nachtigall Rosita Serrano und vor allem die Schwedin Zarah Leander, der bestbezahlte in Deutschland arbeitende Filmstar der Zeit, die Kinoleinwand. Als Lieblingsschauspielerin von Joseph Goebbels spielt „die“ Leander für die Ufa zwischen 1937 und 1943 in zehn Produktionen mit und begeistert durch ihre außergewöhnliche Gestalt und Kontra-Alt-Stimme, in der sie ihre Lieder wie *Ich bin eine Stimme*, *Eine Frau wird erst schön durch die Liebe* oder *Nur nicht aus Liebe weinen* vorträgt, ein Millionenpublikum. Leander ist wegen ihrer Nähe zum nationalsozialistischen System nach ihrer 1943 erfolgten Rückkehr nach Schweden keineswegs unumstritten, nicht zuletzt, da sie im Film *Die große Liebe* (1942), der unverblümt den Angriff der Wehrmacht auf die Sowjetunion thematisiert, vor versehrten SS-Offizieren den Schlager *Davon geht die Welt nicht unter* präsentiert.

Dass sie im selben Film auch noch *Ich weiß, es wird einmal ein Wunder geschehen* vorträgt und damit gleich zwei Hits in einem Film hat – die übrigens auch im Nachkriegsdeutschland noch beliebt sind – hat sie dem Autorenduo Michael Jary und Bruno Balz zu verdanken. Doch muss sich Balz u.a. für diese beiden Lieder nach dem Zweiten Weltkrieg vor einem alliierten Militärgericht verantworten, schließlich seien es Durchhalteschlager gewesen, die aus seiner Feder stammen. Doch Balz kann

das Gericht überzeugen, dass er beide Texte aus reinem Überlebenswillen niedergeschrieben hat. Schließlich gilt Balz zwar als einer der wichtigsten Textdichter dieser Zeit, aber er ist eben auch homosexuell, muss seine Cousine gezwungenermaßen heiraten und sitzt, als er die ihm vorgeworfenen Texte auf Papier bringt, in Gestapohaft in der Berliner Prinz-Albrecht-Straße. Nach Offenlegung seiner Geschichte spricht ihn das Gericht von allen Vorwürfen frei, und er darf auch im Nachkriegsdeutschland weiter als Textdichter wirken.

Wirtschaftswunderzeit 1945–1960

Das Ende der Nazierrschaft bedeutet für den Schlager keine Stunde Null. Die meisten Komponisten, Textdichter und Interpreten setzen ohne große biographische Brüche ihre Karriere fort. Einige Emigranten kommen in den nächsten Jahren zurück in ihre Heimat und versuchen an ihren früheren Erfolg anzuknüpfen, aber auch neue Macher und Interpreten treten erstmals in Erscheinung. Der Schlager wandelt sich erneut sowohl musikalisch als auch inhaltlich, erreicht aber nie wieder den Witz, Tiefgang und Charme der weit entfernt scheinenden 1920er Jahre. Ganz andere Themen stehen nun im Fokus, denn auf der einen Seite haben Millionen Menschen ihre angestammte Heimat verloren und müssen sich in einer neuen Umgebung zurechtfinden, zum anderen sorgt das Wirtschaftswunder in der Bundesrepublik dafür, dass sich die Deutschen schon bald nicht mehr nur in ferne Länder träumen, sondern diese endlich auch bereisen können. Das populärste für dieses Fernweh stehende Lied ist das von Rudi Schuricke gesungene *Capri-Fischer* aus der Feder der beiden



Berliner Gerhard Winkler und Ralph Maria Siegel, die damit den ersten Überraschungserfolg der Nachkriegszeit erzielen.

Dabei ist dieser Schlager zu diesem Zeitpunkt bereits älter als zwei Jahre und stammt ursprünglich aus dem Jahr 1943. Nachdem die Alliierten in Italien landeten, erschien es Propagandaminister Joseph Goebbels jedoch nicht mehr angemessen, einen Italien verherrlichenden Schlager in Deutschland zu veröffentlichen, und so verschwindet das Lied zunächst in der Schublade und wird erst nach dem Krieg wieder hervorgeholt. Dem Thema Italien bleibt Winkler, der 1953 seine erste Caprireise unternimmt, auch in den folgenden Jahren treu: *O Mia bella Napoli*, *Chianti-Lied* oder *Wenn in Florenz die Rosen blühen*, sind nur einige Beispiele. Neben dem Fernweh, das zahlreiche Komponisten und Textdichter mit realen und teils erfunde-

nen Orten unterfüttern, steht das Thema Heimat im Fokus. Von Beginn an zeichnet sich der Schlager durch ausgesprochene Heimatverbundenheit aus – *Das ist die Berliner Luft, nach Köln, Ich hab' mein Herz in Heidelberg verloren* – doch ist das Thema der verlorenen Heimat vor allem nach dem Krieg bei Millionen Flüchtlingen präsent. Nicht umsonst sind Schlager wie *Grün ist die Heide* (1951) oder *Heimweh* (1956), die sich des Verlustes der Heimat annehmen, beliebt. Auch im dazugehörigen Schlagerfilm der 1950er Jahre spielt dieses Thema zunächst eine dominierende Rolle. Statt durch den Bombenkrieg zerstörte Städte möchte das Publikum lieber saftig grü-



Bombenkrieg zerstörte Städte möchte das Publikum lieber saftig grü-

Abb.: Silbermedaille der Kulturabteilung des italienischen Außenministeriums in Anerkennung Gerhard Winklers besonderer Verdienste auf kulturellem Gebiet, 1976, Gerhard Winkler-Musikarchiv

ne Wiesen, Täler, Berge und Auen sehen – und von dazu passenden Schlägern und großen Stars unterhalten werden.

Doch auch der schon von früher bekannte Revue- und Operettenfilm ist Bestandteil des Nachkriegskinos. Géza von Cziffra's opulent gestalteter Revuefilm *Die Dritte von rechts* mit der Musik von Michael Jary, heute fast vergessen, ist 1950 ein Prototyp dieses Genres. Die zugrunde liegende Kriminalgeschichte ist einfach gehalten, letztlich dient sie nur dazu, ausreichend Raum für neue Schlager zu geben. Die Verlage und die Plattenfirmen freut es, können sie doch so ihre Ware noch zielgerichteter vermarkten. Die Leinwand lockt auch neue, noch unverbrauchte singende Schauspieler, die in den kommenden Jahren das Genre beherrschen. Zuallererst muss hier das Traumpaar der 1950er Jahre, Caterina Valente und Peter Alexander, genannt werden, deren Filme wie *Liebe, Tanz und 1000 Schlager* oder *Bonjour Kathrin* noch heute regelmäßig im Fernsehen zu sehen sind. Doch auch Vico Torriani, Chris Howland, Bill Ramsey und die in Schweden geborene Bibi Johns, die in fast zwanzig Filmen (u.a. *Musikparade, Liebe, Jazz und Übermut*) zu sehen ist, stehen hier stellvertretend für den Erfolg, den in der Nachkriegszeit zahlreiche ausländische Stars in Deutschland haben. Die ungemein attraktive Bibi Johns ist ein Idol für Teenager und Erwachsene. In den 1960er Jahren dann tritt sie vor allem in Fernsehshows auf: Auch international hat sie als Sängerin und Entertainerin mit Konzerten und Fernsehauftritten Erfolg.

Die Musikindustrie entdeckt eine vollkommen neue Zielgruppe, die bis heute zur wichtigsten überhaupt zählt: die Jugend. Die oftmals als ange-

staubt wahrgenommene Form des Schlagers und seiner Filme erhält massive Konkurrenz durch den für viele Zeitgenossen noch subversiv wirkenden Rock'n'Roll aus den USA. Die deutsche Industrie reagiert auf diese umwälzenden geschmacklichen Veränderungen innerhalb der sich entwickelnden Jugendkultur und baut mit Peter Kraus (*Sugar Baby*) ein neues Idol auf. Gemeinsam mit Cornelia (Conny) Froboess bildet er das erste Teenagertraumpaar auf der Leinwand. Ihr Film *Wenn die Conny mit dem Peter* aus dem Jahr 1958 ist ein umwerfender Erfolg und gilt als erster deutscher Teenager-Musikfilm (Hobsch 1998, S. 148). Beide Künstler stehen für ein junges, unverbrauchtes Gesicht des Schlagers. Sie sind Idole und Werbege-sichter einer ganzen Generation. Aber es gibt auch Probleme: Denn obwohl sie im Film gemeinsam Lieder wie *Teenager-Liebe* singen, sind sie bei unterschiedlichen Plattenfirmen (Electrola und Polydor) unter Vertrag, sodass beide ihre Titel noch einmal mit anderen Gesangspartnern einsingen müssen. Zwei Jahre später drehen beide mit *Conny und Peter machen Musik* einen weiteren gemeinsamen Film, doch wenden sich in der Folge immer mehr Jugendliche vom Schlager ab, zu attraktiv ist die den Markt überschwemmende Konkurrenz aus dem angloamerikanischen Raum.

In der DDR möchte die SED-Regierung die Bevölkerung vor der angeblichen Dekadenz des Westschlagers beschützen. Allerdings arbeiten beide deutschen Staaten zunächst noch eng zusammen. Zwar werden auch politische Schlager veröffentlicht, diese sind aber kaum erfolgreich. Und so ist vor allem in Berlin bis zum alles verändernden Mauerbau 1961 ein reger künstlerischer und per-



Abb.: Filmplakat *Die Dritte von rechts*, 1950

soneller Austausch zwischen Ost und West vorhanden (Lücke 2009). So erscheinen Winklers *Capri-Fischer* auch auf dem 1947 im sowjetischen Sektor gegründeten Label Amiga (das 1954 verstaatlicht wird), und auch die Schlager des Berliners Bully Buhlan, der mit seiner samtweichen Stimme das gesamtdeutsche Nachkriegspublikum bezaubert, erscheinen auf diesem Label. Zwar entwickelt sich in der DDR allmählich eine eigenständige Schlagerszene mit eigenen Komponisten, Textdichtern und Interpreten, doch unterscheidet sich die Mehrzahl der produzierten Lieder kaum von westlichen Schlagern: Zu ähnlich sind die besungenen Themen. Das Fernweh gehört dazu, doch nicht Caterina Valente, sondern Irma Baltuttis singt 1955 *Ganz Paris träumt von der Liebe*, die von Kurt Feltz gedichtete deutsche Fassung des Cole Porter- Evergreens *I love Paris*. Die „Sehnsuchtsorte“ verschieben sich jedoch immer mehr in Richtung Osten, sodass Robert Steffen 1960 von einem völkerverbindenden *Hafenkonzert in Constanza*, einer erfundenen rumänischen Stadt am Schwarzen Meer, schwärmt. Nach dem Mauerbau wird das Fernweh in politisch gewünschte Schranken verwiesen, wenn Günter Geißler „Was willst Du denn in Rio, was willst Du in Shanghai? [...] Die Liebe ist in Rio [...] genau nicht anders als bei uns zuhause“ singt (Wilczek 2008, S. 118). Auch ein eigener Schlagertanz im 6/4-Takt, der den im Westen populären Twist ersetzen soll, wird ausprobiert.

Ein Erfolg ist der Lipsi, den Helga Brauer 1959 mit *Heute tanzen alle jungen Leute* besingt, allerdings in keiner Weise. Und während in der Bundesrepublik Schlagerfilm auf Schlagerfilm gedreht wird, produziert die DEFA erst 1958 mit *Meine Frau*

macht Musik ihren ersten Film in diesem Genre. Der Kritiker Karl-Eduard von Schnitzler sagt darüber, es sei ein „großer, bunter Abend – mit allen Schwächen, die dieser Kunstgattung zur Zeit eigen sind, aber auch mit den harmlosen Belustigungen, die sie bietet“ (Schnitzler 1958, S. 3). *Meine Frau macht Musik* ist jedoch der erste DEFA-Film überhaupt, der seine Produktionskosten wieder einspielt (Vielhaber 2012, S. 61).

Und so steht der Schlager Ende der 1950er Jahre in Ost und West als beliebtes unterhaltungsmusikalisches Genre in der Gunst des Publikums weit oben, tausende Titel kommen jedes Jahr hinzu, viele sind nach Tagen und Wochen wieder vergessen, doch bleiben manche im kollektiven Gedächtnis der Bevölkerung bis heute erhalten.

Aufbruch in die Zukunft 1961–1968

Um 1961 hat der Schlager nicht nur den Höhepunkt seiner Beliebtheit, sondern vor allem seiner gesellschaftlichen Akzeptanz erreicht. Theodor W. Adornos Vorlesungen zur Musiksoziologie an der Frankfurter Goethe Universität sind noch nicht gehalten, geschweige denn gehört worden: Sorgen über die Qualität des Schlagers äußern allenfalls einige Publizisten aus dem kirchlichen Umfeld, die bei manchen Schlagermachern die „krasse [...] Vernachlässigung anderer als kommerzieller oder libertinistischer Werte“ (Der Plattenteller 1, 1961, S. 2) ausmachen.

Im Schlager gibt es in Massen Dutzendware, Lieder, die als kommerzielles Produkt für den Tag geschrieben werden und auch keinen anderen Anspruch hegen. Titel wie *Papa liebt die Mama*, *Schwiegermuttertag* oder *Romeo, was wird morgen*



Abb.: Udo Jürgens und Hans R. Beierlein v.l. © Hans R. Beierlein / Montana

sein – allesamt 1961 erschienen – sind heute (vielleicht zu Recht) vergessen. Auch ein Titel wie das von Peter Kraus gesungene *Von Paris bis Hawaii*, der „sozusagen weltmännisch, aus der Sicht des erfahrenen Globetrotters, die erotische Freizügigkeit und Promiskuität als erlaubt propagiert“ (Der Plattenteller 1, 1961, S. 15), ist heute wahrscheinlich kaum noch jemandem im Ohr. Nur wenige Lieder und ihre Interpreten ragen aus dem Mittelmaß hervor: Nicht allein in ihren Liedern, sondern vor al-

lem auch in ihren Persönlichkeiten repräsentieren Künstler wie Caterina Valente oder Conny Froboess, Fred Bertelmann oder Chris Howland, Willy Hagara oder, so der Plattenteller, „unsere beste Jazzsängerin“ Inge Brandenburg den Optimismus, den sich die Bundesbürger auch von der durch den Mauerbau unabänderlich scheinenden Teilung Deutschlands nicht nehmen lassen (Der Plattenteller 1, 1961, S. 6).

Zu einer Symbolfigur dieses Landes wird ab Mitte der 1960er Jahre ein gebürtiger Österreicher. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* wird über vier Jahrzehnte später einmal behaupten: „Er ist Deutschland“. Unter dem Künstlernamen Udo Bolan macht der Klagenfurter Udo Jürgen Bockelmann, den alle Welt bald als Udo Jürgens kennenlernen wird, schon in den späten 1950ern seine ersten musikalischen Gehversuche. Seine bei Polydor erscheinenden Singles wie *Drei Takte Musik im Herzen* oder auch *Jenny* interessieren aber nur wenige. Das ändert sich erst, als der findige Münchner Medienmanager Hans R. Beierlein sein Management übernimmt. Beierlein begreift schnell, dass das Talent des Pianisten und Sängers nicht in erster Linie darin liegt, Schlager anderer Komponisten zu singen, sondern dass Jürgens von ihm selbst komponierte Lieder interpretieren muss. Einer breiten Fernsehöffentlichkeit wird der Sänger bekannt, als er 1964 beim Grand Prix Eurovision de la Chanson in Kopenhagen mit *Warum nur, warum* und ein Jahr darauf mit *Sag ihr, ich lass sie grüßen* vordere Plätze belegt. Im deutschen Fernsehen tritt er nun regelmäßig auf.

Der Regisseur Truck Branss widmet ihm ein *Portrait in Musik* – sozusagen eine verfilmte Langspielplatte. Seinen Durchbruch erlebt Jürgens schließlich 1966: Erneut tritt er – gegen viele Bedenken – beim dieses Jahr in Luxemburg veranstalteten Grand Prix an. Der 1956 gegründete Komponistenwettbewerb ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht die langweilig-uniforme englischsprachige Plastikpopveranstaltung, denn die Künstler müssen in ihren Landessprachen singen, nur einige wenige fremde Vokabeln sind erlaubt. Den Titel des

späteren Siegesliedes hat der gewiefte Beierlein daher mit Bedacht inspiriert: *Merci, Chérie*, die französischen Vokabeln der Refrainzeile, sollen die Jurys der frankophonen und anderen romanischen Länder, die im alten Westeuropa einen Großteil der Eurovisionsfamilie repräsentieren, auf Jürgens' Seite ziehen. Der Coup gelingt: Als erster deutschsprachiger Komponist und Interpret gewinnt Udo Jürgens den Wettbewerb – der Grundstein für seine beispiellose Karriere ist gelegt.

Geschickt baut Beierlein Jürgens als Interpreten seiner eigenen Lieder auf. Damit folgt er dem Beispiel der französischen oder belgischen „auteurs – compositeurs – interprètes“ und setzt sich von Künstlern ab, die sich allein über die Qualität ihres Gesanges definieren können. Bereits 1968 organisiert Beierlein eine große Tournee, ein Jahr später plant er die bis dato größte Gastspielreise eines deutschsprachigen Sängers: „Udo '70“ bereitet er geschickt durch die „größte Verbund-Werbekampagne im deutschen Showgeschäft“ (Helms 1972, S. 170), die die Bekanntheit und das Renommee des Künstlers steigert, öffentlichkeitswirksam vor: So singt Udo Jürgens etwa für Bundeskanzler Kurt Kiesinger (später auch für Willy Brandt), er fliegt mit dem Starfighter (dem späteren Skandalflugzeug, das er im Wissen um die späteren Abstürze wahrscheinlich nicht betreten hätte). In 153 Städten gibt Jürgens 222 Konzerte und wie nebenbei etwa 200.000 Autogramme. Noch heute dürfte der Markt für Udo-Jürgens-Autogramme daher ausgesprochen schlecht sein: Eine Autogrammkarte von der Tournee lässt sich im Internet für vier Euro ergattern. Beierlein ermutigt Jürgens auch dazu, sozialkritische Lieder zu singen. Im Fernsehen disku-



tiert er mit dem Journalisten Gerd Ruge sowie dem Textdichter des Liedes, dem Kabarettisten Eckart Hachfeld, über die Berechtigung seines Titels *Lieb Vaterland*, der in allgemeiner Form verschiedenste soziale Missstände anprangert.

Erfolgreicher beim Publikum und zweifellos als Kunstwerk gelungener sind wenige Jahre später entstehende Schlager wie *Aber bitte mit Sahne* (1976) oder *Ein ehrenwertes Haus* (1975). Dieses Lied über die wilde Ehe „hat in Deutschland wahrscheinlich mehr bewirkt als zehn Bob-Dylan-Songs zusammen“, wie der Entertainer und Musikwissenschaftler Götz Alsmann meint (Alsmann 2008). Kritik erntet Jürgens interes-

santerweise nicht von der konservativen Presse, sondern von links. Ein von Kapitalismuskritik geprägter Zeitgeist verzeiht dem Sänger die wohlfeil anmutenden Botschaften nicht. Sichtlich ist es der Neid auf den Erfolg beim Publikum, der Elfriede

Jelinek in ihren *Untersuchungen zu Udo Jürgens Liedtexten* die Feder führt: „gerade aber das Gefühl der Vereinsamung und Isolation das Gefühl den beliebigen zufällen ausgesetzt zu sein dieses verlassenheitsgefühl des verantwortungslosen kleinen Mannes treibt ihn in Udo's musikalische arme. die Prädominanz des Egoismus. der Gartenzwerg um den alles kreist“ (Jelinek 1972, S. 9).

Eine Entwicklung, die spätestens Ende der 1950er Jahre begonnen hat, ist die zunehmende Diversifizierung des Schlagergeschäfts. Die Teenager bestimmen mehr und mehr den Single-Markt, und so richten sich Interpreten wie Drafli Deutscher oder Manuela nahezu ausschließlich an diese Zielgruppe. Der neunzehnjährige Drafli Deutscher markiert dabei 1965 den ersten

erfolgreichen und im Grunde einzig Ernst zu nehmenden Versuch, Beat-Musik in deutscher Sprache an den Mann zu bringen: Sein *Marmor, Stein und Eisen bricht* gilt bis heute als Evergreen. Die drei Jahre ältere Manuela hat mit dem frechen *Schuld war nur der Bossa-Nova*, das ihr Image als ihre



Abb.: Single Udo Jürgens, 1970, Hans R. Beierlein / Montana

GANZ IN WEISS

**Ich
suche
dich**



**ROY
BLACK**





Sexualität entdeckende Jugendliche begründet, bereits 1963 ihren Durchbruch. Die Zeitschrift *Bravo* titelt unentwegt mit der Sängerin, die sich auch mit einer eigenen Modelinie explizit an ein sehr junges Zielpublikum wendet. In den 1960er Jahren erhält der deutsche Schlager ernsthafte Konkurrenz durch englischsprachige Musik: Es sind vor allem Bands wie die Beatles, die Rolling Stones oder die Kinks, die „Eltern, Pädagogen, Psychologen, Soziologen und Pfarrer“ mit ihrem „Geheul zu Gitarre und Schlagzeug, wildem Gehopse und Kopfwackeln“ (Der Plattenteller 1, 1964, S. 13) in Unruhe versetzen. Die seinerzeit von einem Erziehungswissenschaftler so genannte „sprachlose Opposition“ (Baacke 1970) der Beat-Musik verstört nicht nur die oben genannten Berufsgruppen. Häufig wird daher die „weiche Welle“ der 1960er Jahre als Versuch der Plattenfirmen beschrieben, „den scheinbar verwahrlosten Beat-Idolen nette, grundanständig wirkende Interpretentypen entgegenzusetzen“ (Mezger 1975, S. 209), eine sich durch die Literatur bis heute fortdauernde Deutung, die an den Mechanismen der Musikbranche vorbeizieht. Als Beispiel für diese angebliche Strategie dient Roy Black alias Gerhard Höllerich: Er habe vor allem mit seinem 1968 entstandenen, die Romantik einer konventionellen Hochzeit beschwörenden Schlager *Ganz in weiß* die Ängste vor einer „immer unkonventioneller denkenden Jugend[,] der die Moralisten sogar Partnertausch und Gruppensex nachsagten“ (Mezger 1975, S. 209), aufgefangen.

Tatsächlich ist das Lied bereits 1966 auf Platz eins in der Hitparade, also weit vor den die „Moralisten“ verstörenden Demonstrationen der Jahre 1967

und 1968. Roy Black's Produzent Hans Bertram füllt mit dem jungen Sänger eine Marktlücke, und zwar nachdem ein auf zwei Singles verewigter Versuch, Roy Black with His Canons als Beat-Produkt aus Deutschland zu etablieren, am Desinteresse des Publikums, das die britischen Originale vorzieht, im Sande verlaufen ist. Roy Black aber leidet zeit seines Lebens am Scheitern der Beat-Karriere. Neben ihm und dem Kinderstar Heintje bietet auch der Entertainer Peter Alexander den selbsternannten Weltverbesserern ein Feindbild. Alexander, der selbst in der schlagerkritischen Fachpresse lange Anerkennung genießt, denn er „hat Humor und Schwung, er hat Ideen und er kann singen“ (Der Plattenteller 2, 1962, S. 24), gerät ins Fadenkreuz der Angriffe, weil, ja weil er den Menschen gute Unterhaltung bietet. Das macht ihn, so der Musikkritiker Manfred Sack 1971 in einer Wochenzeitung, „hanebüchen, harmlos, gefährlich“, denn seine Unterhaltsamkeit gebe ihm eine „Machtfülle“, die er besser nicht habe (Sack 1971, S. 13). Peter Alexander singt, tanzt und parodiert sich durch harmlose Lustspielfilme wie *Graf Bobby* oder *Ich zähle täglich meine Sorgen*. Er flüstert sich durch Schnulzen wie *Bist du einsam heut' Nacht*, die Übersetzung von Elvis' *Are You Lonesome Tonight* oder schmettert *Delilah*, eine kongeniale deutsche Fassung von Tom Jones' gleichnamigem Klassiker. Mit sieben Nummer-Eins- und über 40 Top Ten-Hits ist „Peter der Große“, so seine Fans, einer der erfolgreichsten Sänger dieser Jahre. Als Entertainer, Komiker und Charmeur prägt er zudem das junge deutsche Fernsehen, das ihm im Vergleich mit allen anderen Stars die höchsten Gagen zahlt. Eine Umfrage des Münchener Instituts für Jugendforschung weist ihn noch 1971 – er ist mittlerweile

zwanzig Jahre im Geschäft – als bei den deutschen Jugendlichen „beliebteste Person“ (Helms 1972, S. 166) aus: vor Bundeskanzler Willy Brandt und Nationalmittelstürmer Uwe Seeler.

Nahezu parallel mit der Entwicklung in der Bundesrepublik marschiert der Schlager in der DDR. Versuche der Machthaber, einen „sozialistischen Schlager“ zu schaffen, scheitern. Stattdessen orientieren sich die Musiker in der DDR, wie es in der maßgeblichen Ost-Zeitschrift *Melodie und Rhythmus* heißt, „an kitschigen, verlogenen und primitiven Texten westlicher Massenfabrikation“ (Carlé 1957, S. 32). Eben das macht die Beliebtheit der Schlager von Stars wie Bärbel Wachholz oder Frank Schöbel aus, denen nicht anzuhören ist, in welchem Teil Deutschlands sie entstehen. Gemeinsam mit seiner späteren Ehefrau Chris Doerk spielt Schöbel in einem der wenigen DDR-Schlagerfilme mit, dem 1968 gedrehten *Heißer Sommer*. Der ästhetische Höhepunkt ist eine Szene auf dem im schönsten DDR-Geschmack neugestalteten Berliner Alexanderplatz, auf dem Doerk und Schöbel ausgelassen singen und tanzen.

Die 1960er Jahre sind auch eine Zeit der Neubewertung menschlicher Sexualität. Schallplatten, die in der Adenauer-Zeit nur unter dem Ladentisch verkauft wurden, steigen plötzlich in die Hitparaden ein. Peter Lauch und die Regenpfeifer erzielen mit der LP *Für Spießler verboten*, deren Witz freilich ziemlich stammtischhaft ist, vorderste Plätze in den Charts. *Oh, Helen, lass mich dein Kätzchen einmal seh'n!*, versteht jeder so, wie er will. Höhere literarische Qualität erreichen Walter Brandins Übersetzungen frivoler Chansons aus dem vorrevolutionären Frankreich, um die Helen



Abb.: DEFA-Filmplakat *Heißer Sommer*, 1967

Vita, eine auf Laszives geradezu abonnierte Kabarettistin, ihn gebeten hat. Ungewollt Werbung für die „Ein- und Zweideutigkeiten“ dieses Albums machen zwischen 1963 und 1969 insgesamt 24 Gerichtsverfahren, die sich mit dem Inhalt der verschiedenen von Helen Vita besungenen Langspielplatten beschäftigen (Der Plattenteller 3, 1964, S. 46). Klar ist für ein Bamberger Amtsgericht, dass die Lieder, in denen verspielt-zweideutig erotische Szenen beschrieben werden, eine „Spekulation auf



die Lüsternheit“ darstellen (Kühn 2001, S. 22). Insgesamt eine Million Mal verkaufen sich die *Frechen Chansons*, obschon oder gerade weil ein rotes Streifband auf der Plattenhülle warnt: „Nur für Erwachsene!“

Politisierung und Eskapismus 1969–1984

Am 18. Januar 1969 begrüßt Dieter Thomas Heck erstmals das Publikum zur *ZDF-Hitparade*. Diese Sendung prägt in den 1970er Jahren und darüber hinaus das Bild des deutschen Schlagers. Heck begrüßt in seiner Sendung Interpreten mit ausschließlich deutschsprachigen Liedern. Bevor ein Schlager in der Sendung gesungen wird, muss er bereits erfolgreich sein, entweder auf Schallplatte oder auch im Rundfunk. Ein Fernsehauftritt erhöht die bereits guten Verkaufszahlen dann um ein Vielfaches. Per Postkarte stimmen die Zuschauer für ihren Sänger ab – ein Verfahren, das allerdings auch für Manipulationen anfällig sein kann. Das Saalpublikum befindet sich in einem unmittelbaren Kontakt mit den Interpreten, die sich nicht nur auf der Bühne, sondern im gesamten Studiosaal bewegen. Für noch unbekannte Sänger bietet die von Truck Branss inszenierte Sendung die Möglichkeit, rasch und im ganzen Land bekannt zu werden. Dagegen leben etablierte Interpreten mit der Gefahr „abzustoßen“, wie etwa Freddy Quinn, der nur einmal an der Sendung teilnimmt. Einmal im Monat bildet die *ZDF-Hitparade* am frühen Samstagabend das Pflichtprogramm für viele Jugendliche, ihre Eltern und Großeltern. Sänger wie Jürgen Marcus, Juliane Werding, Jürgen Drews, Roland Kaiser oder einige Jahrzehnte später auch Rosenstolz erlangen hier Bekanntheit.

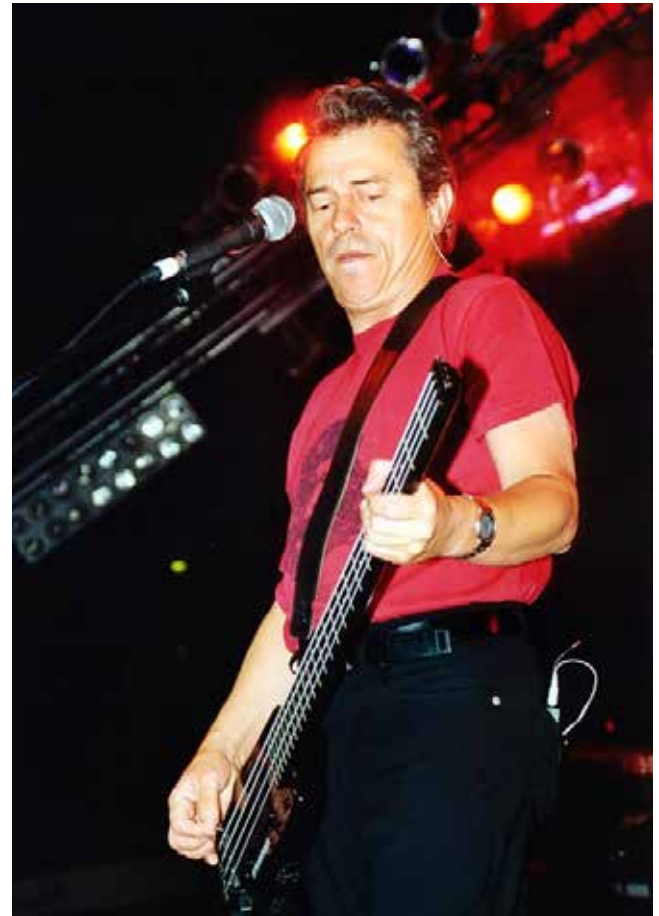


Abb.: Gesang/Bass Günther Sigl, Spider Murphy Gang, 2002, Westfalenhalle-Dortmund © Frank Schürmann

Obleich Schlager seit den 1920er Jahren den musikalischen Soundtrack des Lebens vieler Menschen bilden, erscheinen die 1970er Jahre heute vielen als geradezu klassische Epoche des Schlagers: Die Bilder der *ZDF-Hitparade*, Auftritte von Michael Holm, Peter Maffay, Lena Valaitis oder Cindy & Bert bohren sich tief in die Erinnerung. Obleich die *ZDF-Hitparade* als „Werbeshow“ disqualifiziert und Dieter Thomas Heck

als „Marktschreier“ verunglimpft wird, bleibt ihre Beliebtheit ungebrochen, auch als zu Beginn der 1980er Jahre die Interpreten der Neuen Deutschen Welle die Hitparade unsicher machen. Nena, Trio oder die Spider Murphy Gang nehmen die Bühne der deutschen Schlagerinstitution im Sturm. Ab-

Am Tag, als Conny Kramer starb, die Herzen der Zuschauer. Erstmals macht hier ein Schlager den Tod eines Drogensüchtigen zum Thema. Gunter Gabriel zeigt sich mit *Hey Boss, ich brauch mehr Geld* in glaubwürdiger Weise sozialkritisch. In diesen Liedern stehen allerdings persönliche Schick-

sale im Vordergrund. So ist es zum Beispiel auch beim ebenfalls von Ulli Weigel gedichteten Problemsong *Rocky der Fall*, der das Schicksal eines jungen Mannes zum Thema hat, dessen Frau oder Freundin stirbt und ihn allein mit der kleinen Tochter zurücklässt. Frank Farian macht das Rührstück zu einem Bestseller, nachdem er dessen Wirkung bei den Putzfrauen seiner Diskothek im Saarland ausprobiert hat. Er legt das Stück morgens um fünf auf, während die Reinigungskräfte den Tanzsaal wienern. Farian berichtet Weigel telefonisch davon, dass die Putzfrauen alle zu weinen begonnen haben, als sie Zeilen hörten: „Nun

bin ich allein, / das kleine Mädchen ist bei mir. / Nur manchmal muss ich weinen, viel zu ähnlich sieht sie ihr.“ Den Umweltschutz macht die Sän-

Abb.: Ehrenmedaille des Bayerischen Staatsministeriums für Landesentwicklung und Umweltfragen, verliehen an Petra Pascal, 1974, Petra Pascal



lehnend verhält sich Heck allerdings zu politisierten Liedern, wie sie etwa die Band Geier Sturzflug singt, die in *Besuchen Sie Europa, solange es noch steht* die Folgen eines Nuklearkriegs beschwört. Zwar prägen auch in den 1970er Jahren sozialkritische Lieder die ZDF-Hitparade: Juliane Werding rührt mit der von Ulli Weigel textierten Hymne



gerin Petra Pascal Anfang der 1970er Jahre zum Thema: Für ihre Platte *Das Paradies ist noch nicht verloren* erhält sie 1974 die bayerische Umweltmedaille.

Einen festen Bestandteil der ZDF-Hitparade bilden in diesen Jahren ausländische Sänger, die Lieder in deutscher Sprache singen. Zum Teil handelt es sich hier um Übersetzungen, wie bei Danyel Gérard's *Butterfly*, zum Teil sind die Künstler hauptsächlich in Deutschland tätig und singen speziell für das hiesige Publikum geschriebene Nummern. So verhält es sich zum Beispiel bei Daliah Lavi, Howard Cependale, Roberto Blanco oder Gitte, um nur einige wenige Interpreten der neuen „Ausländerwelle“ zu nennen, die über die Bundesrepublik Deutschland hinwegschwapppt.

Der Komponist Christian Bruhn und Textdichter Georg Buschor schreiben für den „Spatz von Avignon“. Hinter diesem Ehrentitel verbirgt sich Mireille Mathieu, Deutschlands beliebteste Französin. Ihr Schlager *Hinter den Kulissen von Paris* stellt Paris – wie unzählige Lieder zuvor – als einen Illusionsraum dar, in dem das „Leben noch einmal so süß“ ist. Aus ihrer selbstironisch so genannten „Gallischen Kiste“ kramen Bruhn und Buschor weitere Lieder über Frankreich oder andere ferne Weltgegenden hervor. *Ganz Paris ist ein Theater*, *Kinder von Montparnasse*, aber auch *Akropolis adieu* oder *Der Zar und das Mädchen* entführen die Hörer für jeweils drei bis fünf Minuten in zauberhafte ferne Welten. In den 1970er Jahren stammen mehr als die Hälfte der in Deutschland singenden Stars aus dem Ausland. Dieter Thomas Heck bringt es auf den Punkt: „Wenn einer auf die Bühne kommt und die Leute mit ausländischem Akzent

begrüßt, hat er automatisch Erfolg“ (zitiert nach Helms 1972, S. 163). Manche der internationalen Stars sind bereits seit Jahrzehnten in Deutschland erfolgreich: Einen glaubwürdigen Imagewandel vom frech-aufmüpfigen, doch romantischen Teenie-Star zur emanzipiert-selbstbewussten Frau absolviert die Dänin Gitte. Sie macht diese Veränderung auch deutlich, indem sie ihren bis in die 1970er Jahre allein gebrauchten Vornamen um den Nachnamen Haenning ergänzt. Ihre Lieder wie *Ich will alles* oder *Ich bin stark* vermitteln nicht zuletzt auch ein neues Frauenbild. Erfolgreich im Fernsehen, wenn auch weniger mit zu Hits werdenden Schlagern, sind weiterhin Sängerinnen wie Caterina Valente oder Bibi Johns, deren Schaffen weit über die im deutschen Schlager zu dieser Zeit herrschenden musikalischen Klischees hinausweist.

Den im internationalen Maßstab größten Erfolg des deutschen Schlagers erzielen 1982 der Komponist Ralph Siegel und der Textdichter Bernd Meinunger, den sie für die siebzehnjährige Saarländerin Nicole schreiben. Am 24. April 1982 bündelt sie mit ihrem Vortrag von *Ein bisschen Frieden* die in dieser Zeit latent bei vielen Menschen vorhandene Furcht vor einer militärischen Auseinandersetzung zwischen den in der NATO organisierten Staaten und dem von der Sowjetunion beherrschten Ostblock. Nicole wirkt bei ihrem Grand Prix-Auftritt in England wie ein Engel, und die von ihr verkörperte Unschuld überzeugt die europäischen Jurys: Sie gewinnt mit großem Abstand. Für Ralph Siegel erfüllt sich ein Lebenstraum, nachdem er zuvor mit Titeln für die Gruppe Dschinghis Khan (*Dschinghis Khan*, 1979, Platz 4) oder Katja Ebstein (*Theater*, 1980, Platz 2) noch knapp scheiterte.

Volksmusik und Niedergang 1985–1997

Dieter Thomas Heck tritt Ende 1984 von der Hitparadenbühne ab. Die Sendung hat sich zu diesem Zeitpunkt nicht so sehr verändert wie die musikalische Landschaft insgesamt. Statt einzelner Interpreten treten – spätestens seit der Neuen Deutschen Welle, die 1982 ihren Höhepunkt erreicht – immer häufiger Bands oder Künstler auf, deren Image die Begleitung durch eine Rock-Band verlangt. Einer der bekanntesten derartigen Sänger ist der in Soltau gebürtige, seine Karriere jedoch in West-Berlin beginnende Klaus Lage. Mit dem warmherzigen Liebeslied *Mit meinen Augen* feiert er seinen ersten Achtungserfolg: In der *ZDF-Hitparade* tritt er 1983 als vollbärtiger Alternativrockstar auf. Ein Jahr später findet Lage eine Melodie, die bis heute nachhallt. In *1000 und 1 Nacht* beschreibt er die Liebe zweier Menschen, die sich schon seit der Kindheit kennen, einander aber als Erwachsene

plötzlich mit
an- deren Augen (und
anderen Gefühlen) betrach-
ten: „Und es hat Zoom gemacht!“
– eine Wendung, die ebenso zum

Abb.: Nicole in der ZDF-Hitparade, 1982 © picture alliance /
Keystone





geflügelten Wort wird wie der Schlager zum Evergreen. Klaus Lage erarbeitet sich mit seiner dazugehörigen Langspielplatte *Schweißperlen* und erfolgreichen Folgeprojekten wie dem Schimanski-Song *Faust auf Faust* eine Fangemeinde, der der Wechsel zwischen romantisch-gefühlvollen und sozialkritischen Liedern gefällt. Lage steht stellvertretend für eine ganze Reihe von Deutschrockern, die in den 1980ern ihren Durchbruch erleben. Neben dem bereits seit 1973 erfolgreichen Udo Lindenberg sind das vor allem noch Herbert Grönemeyer und Marius Müller-Westernhagen, aber auch Heinz-Rudolf Kunze, Wolf Maahn, Edo Zanki sowie Ina Deter oder Ulla Meinecke. Selbst Lages 1980er-Hymne *1000 und 1 Nacht* aber stößt auf Kritik. In einer feministisch geprägten Doktorarbeit wird der Vorwurf erhoben, der Sänger male nicht nur „ein Idealbild der emotionalen Liebe zwischen zwei Menschen [...], die über die körperliche Liebe hinauszugehen scheint“ (Mäsker 1990, S. 170), sondern schreibe der Frau auch eine passive Rolle zu – ein im Kontext des Feminismus vernichtendes Urteil. Dieses Rollenmuster sieht die Autorin in der Textzeile „Du liegst neben mir“ belegt: „Insgesamt ist in den

80er Jahren ein Zuwachs an männerbezogenen Aktivitäten der Frauen zu verzeichnen, die dennoch kein aktives Verhalten, sondern vor allem emotionales Verhalten bedeuten“ (Mäsker 1990, S. 124).

Parallel zu dieser von E-Gitarren und Rock-Rhythmen geprägten Musik feiert auch die volkstümliche Musik fröhliche Urständ und ist in fast allen Fernsehsendern präsent. In den 1960er und 1970er Jahren hält in erster Linie der Volksänger Heino die Fahne des volkstümlichen Liedes hoch – wenn das Bild in diesem Zusammenhang erlaubt ist. Mit Volks- und Fahrtenliedern, aber auch mit neu geschriebenen Schlagern wie *Caramba*, *Caracho*, *ein Whisky* und vor allem *Blau blüht der Enzian* sowie einer Schallplattenaufnahme des *Deutschlandlieds*, die alle drei Strophen enthält, polarisiert Heino das Publikum.

Der Sänger, der mit Rollkragenpullover, blondem Haarteil und dunkler Sonnenbrille, die er wegen eines Augenleidens trägt, ein sehr stabiles Image pflegt, verkauft Millionen Platten, ist aber bei einem Teil der eher linksorientierten Presse geradezu



Abb.: Single Heino, 1972

verhasst. Vorwürfe gegen Heino, der aus Sicht etwa des *Spiegel* ein „bedenklich reaktionäres Identifikationsmodell für seine Fans“ bietet, verstummen zunächst, als sein Manager – der allgegenwärtige Hans R. Beierlein – eine Studie in Auftrag geben lässt, die feststellt, dass die meisten von Heinos Fans SPD-Anhänger seien.

Richten sich Künstler wie Klaus Lage oder Heino an

So verhält es sich etwa bei dem Schmallenberger Tom Astor, der neben dem unverwüstlichen Gunter Gabriel als erfolgreichster deutschsprachiger Country-Sänger gelten kann. Tom Astor beginnt seine Karriere in den 1960er Jahren mit Allerweltsschlagern, bevor er seine Liebe zur amerikanischen Country-Musik entdeckt. Mit *Hallo, guten Morgen*



zwar sehr unterschiedliche, jedoch jeweils breite Bevölkerungsschichten, gibt es Interpreten, die mit ihrer Musik ein spezielleres Segment bedienen und nur von Fall zu Fall mit einem Schlager, nicht aber mit ihrem Gesamtwerk darüber hinausgreifen.

Deutschland singt Astor 1984 einen Schlager, der auch außerhalb der traditionell Country-Musik hörenden Fernfahrergemeinde erfolgreich ist. Mit *Flieg, junger Adler*, das er aus der Sicht eines Vaters singt, der seinen Sohn in die Welt ziehen lässt, gewinnt Astor 1991 sogar die Jahreshitparade im ZDF (übrigens gegen eine starke Konkurrenz). Den künstlerischen Höhepunkt im Schaffen Astors stellen wohl gemeinsame Aufnahmen mit der amerikanischen Country-Legende Johnny Cash dar. Astor gelingt es, eine ganze CD gemeinsam mit bekannten amerikanischen Kollegen aufzunehmen: Diese singen englisch, Astor eine deutsche Übersetzung.

Abb.: Hut von Tom Astor, Tom Astor



Revival und Ballermann 1998 bis heute

In den 1990er Jahren finden sich in den Single-Charts kaum deutschsprachige Titel. Dennoch haben auch deutschsprachige Künstler weiterhin große Fangemeinden: Deren Treue schlägt sich jedoch eher im Kauf einer Langspiel-Platte bzw. -CD oder in einem Konzertbesuch nieder. Gefühligkeits Durchschnittlichkeit bietet etwa die Band Pur – ihr Sänger Hartmut Engler beschwört durchaus sympathische, wenn auch klischeehaft beschriebene Rückzugsräume. Ein die Kindheit beschwörender Schlager wartet etwa mit der Refrainzeile auf: „Komm mit mir ins Abenteuerland, der Eintritt kostet den Verstand!“ Stadien füllt der Rock-Schlagersänger Wolfgang Petry, der in seinem Bühnenauftritt das Bild des ehrlichen Arbeiters pflegt. Auf dem Höhepunkt seiner Beliebtheit tritt er vorerst in einer von Dieter Thomas Heck moderierten Show ab: Damit schließt sich für Petry ein Kreis, denn bei Heck hat er seine Karriere in den 1970er Jahren begonnen. Auf seinem 2013 erschienenen Album *Dann mach's gut* widmet der Liedermacher Reinhard Mey dem Schlagersänger übrigens die warmerzige Hommage *Wolle*. Mey beschreibt die keine Privatheit zulassende Unbarmherzigkeit des Publikums, die „Wolle“ vor der Welt fliehen lässt.

Trotz dieser erfolgreichen Phänomene: Für viele ist das Wort Schlager zu Beginn der 1990er Jahre nahezu ein Schimpfwort, nachdem es bis in die 1960er Jahre eigentlich eher eine Werbevokabel war. Das ändert – jedenfalls zum Teil – eine von Jugendlichen getragene Bewegung, die ihren Höhepunkt Mitte der 1990er Jahre erreicht: das Schlagerrevival. Nachdem bereits Ende der 1980er Jahre auf Jugendpartys im Ruhrgebiet vermehrt Schlager

von Künstlern wie Udo Jürgens, aber auch Ibo oder Bill Ramsey gespielt werden, erreicht das Schlagerrevival zunächst im süddeutschen Raum seinen Höhepunkt: Der Tübinger Sänger Dieter Thomas Kuhn spielt neu arrangierte Coverversionen von Hits der 1970er Jahre: Titel wie *Eine neue Liebe ist wie ein neues Leben*, *Es war Sommer* oder *Tränen lügen nicht* gewinnen neue Ausdruckskraft.

Zehntausende kostümieren sich in Kleidung, die an die 1970er Jahre gemahnt, schwenken eigens bei Bauern der Umgebung gepopste, mitunter vielleicht auch käuflich erworbene Sonnenblumen und singen mit, wenn Dieter Thomas Kuhn und seine Musiker, die Namen wie Howard F., Nino G. usw. tragen, die alten Schlager spielen. Dieter Thomas Kuhn findet in den Medien, die seine Melange aus Ironie und Sentimentalität nicht verstehen, wenig statt: Vielmehr trägt ihn eine regelrechte Jugendbewegung nach oben. Phantasievolle Fangeschenke verdeutlichen den Status von „DTK“, der – wie viele andere Sänger vor ihm – ein Liebling des schönen Geschlechts ist. Ein weiterer Protagonist der Schlagerbewegung, Guildo Horn, nimmt, getragen von einer Welle jugendlichen Spaßes, 1998 sogar am Eurovision Song Contest, dem vormaligen Grand Prix Eurovision de la Chanson, teil. Sein Teilnehmerlied *Guildo hat euch lieb* schreibt unter dem Pseudonym Alf Igel der Fernsehmoderator Stefan Raab, der sein Haupt jedoch nach diesem genialen Coup unter die letzthin doch Ödnis gewährleistenden Regeln des Wettbewerbs beugt. Raab nimmt mit *Wadde hadde dudde da* im Jahr 2000 selbst am Grand Prix teil. Mit diesem Lied treibt er den von Horn begonnenen Nonsens auf die Spitze. Ein Jahrzehnt später, 2010, gewinnt der

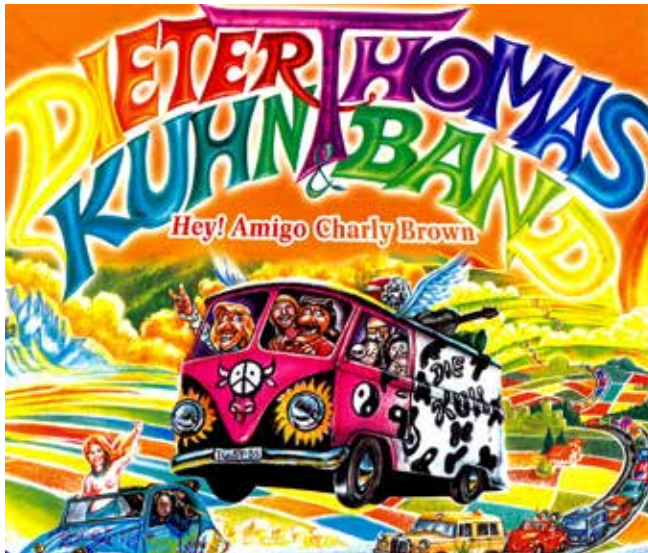


Abb. oben: Singles von Dieter Thomas Kuhn und Band, 1998 und 2007

Abb. rechts: Bühnenkleid von Helene Fischer

Medienprofi Raab den Wettbewerb mit der von ihm protegierten Sängerin Lena sogar – allerdings als Produzent. Ein entsprechender Erfolg des vielseitigen Entertainers als Komponist steht noch aus.

Der Schlager kann mit dem beginnenden neuen Jahrtausend auch in den Musikcharts wieder mit anglophonen Produkten mithalten. Deutschsprachige Lieder wenden sich jedoch nun zumeist nicht an „alle“, sondern an stark differenzierte Zielgruppen. Als Schlager wird nun – zumindest von den Marketingabteilungen der Plattenfirmen, in deren Gefolge aber auch von vielen Konsumenten selbst – nicht unbedingt mehr jedes populäre Lied bezeichnet: Deutsch-Pop, Deutsch-Rock, Deutsch-Hip-Hop oder Ballermannschlager, diese Begriffe kursieren und bezeichnen textlich und musikalisch mehr oder minder ähnliche Phänomene, die jedoch unterschiedliche Zielgruppen bedienen oder bedienen sollen. Fraglos als Schlager lässt sich jedenfalls der bislang erfolgreichste Tonträger des jungen Jahrhunderts bezeichnen, das von DJ Ötzi gemeinsam mit Nik P. gesungene *Ein Stern (der deinen Namen trägt)*. Dieses Lied, das gleichermaßen bei Hochzeiten und Beerdigungen gespielt wird, erreicht Vierfachplatin.

Seit 100 Jahren integrieren Konsumenten Schlager in ihr Leben, doch tun sie das nun viel freimütiger und in zuvor tabuisierten Lebensbereichen: Schlagerzeilen finden sich in Familienanzeigen, Schlager werden bei Beerdigungen gespielt. Zunächst Trude Herrs *Niemals geht man so ganz*, Herbert Grönemeyers *Mensch*, der erwähnte Titel von DJ Ötzi oder Unheiligs *Geboren um zu leben* ersetzen oder ergänzen zumindest nicht selten die traditionellen Trauerlieder.



Noch in den 1990er Jahren dominieren die Hitparaden männliche Sänger wie Matthias Reim, Wolfgang Petry oder die Flippers. Frauen sind – trotz großer Erfolge von Nicole oder Nena – noch in den 1980er eher ergänzend populär. Dieses Bild verändert sich jedoch in jüngerer Zeit: Sängerinnen wie die um den Anschein sexueller Attraktivität bemühte Andrea Berg oder die mit jugendlicher Frische und einem über die Lieblosigkeit des schnell produzierten Plastikschlagers vielfach hinausweisenden Anspruch auftretende Helene Fischer sind erfolgreicher im Geschäft als die meisten Männer. Erstmals gewinnt 2013 mit der Schweizerin Beatrix Egli eine sich explizit als Schlagersängerin verstehende Künstlerin die RTL-Show *Deutschland sucht den Superstar*: Die Zukunft des Schlagers scheint weiblich zu sein!



Literaturverzeichnis

Alsmann, Götz (2008): „Der Schlager hat sich selbst entmannt“. Interview mit Hans Michael Kloth. In: http://einestages.spiegel.de/static/authoralbumbackground/1936/_der_schlager_hat_sich_selbst_entmannt.html (27.09.2013).

Baacke, Dieter (1970): Beat – die sprachlose Opposition, München.

Carlé, Wolfgang (1957): Sorgenkind Schlagertext. In: Melodie und Rhythmus 4, S. 6-7, 32.

Dachs, Robert (1994): Sag beim Abschied.... Wien.

Grabowsky, Ingo / Lücke, Martin (2008): Die 100 Schlager des Jahrhunderts. Hamburg.

Helms, Siegmund (1972): Schlagerstars. In: Siegmund Helms (Hg.): Schlager in Deutschland. Beiträge zur Analyse der Populärmusik und des Musikmarktes. Wiesbaden, S. 159-176.

Hobsch, Manfred (1998): Liebe, Tanz und 1000 Schlagerfilme. Berlin.

Jockwer, Axel (2005): Unterhaltungsmusik im Dritten Reich. Konstanz.

Kühn, Volker (2001): Begleittext zur CD-Veröffentlichung „Helen-Vita: Freche Chansons“, Hamburg.

Kühn, Volker (2008): Schlagermacher im Nationalsozialismus. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. Stiftung Haus der Geschichte. Bonn, S. 94-105.

Linke, Norbert (1982): Johann Strauß (Sohn) mit Selbstzeugnissen und Bilddokumenten, Reinbek.

Lücke, Martin (2009): „Ja, der Kurfürstendamm kann erzählen“. Unterhaltungsmusik in Berlin in Zeiten des Kalten Krieges. Berlin.

Mäsker, Mechthild (1990): Das Frauenbild im deutschen Schlager 1970-1985. Münster (Westfalen).

Mezger, Werner (1975): Schlager. Versuch einer Gesamtdarstellung unter besonderer Berücksichtigung des Musikmarktes der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen.

Pacher, Maurus (1981): Das gab's nur einmal. Deutsche Schlagerkomponisten und -texter 1910-1945. In: Lutz-W. Wolff (Hg): Puppchen, du bist mein Augenstern. Deutsche Schlager aus vier Jahrzehnten. München, S. 152-203.

Pacher, Maurus (1992): Sehen Sie, das war Berlin. Weltstadt nach Noten, Frankfurt a.M..

Peters, Christian (2001): Lili Marleen. Ein Schlager macht Geschichte, Bonn.

Sack, Manfred (1971): Hanebüchen, harmlos, gefährlich. In: Die Zeit 11, 13. März 1971, S. 13.

Schnitzler, Karl-Eduard von (1958): Meine Frau macht Musik. In: Film Spiegel 9, S. 3.

Vielhaber, Anna Sarah (2012): Der populäre deutsche Film 1930-1970. Norderstedt.

Wilczek, Annette (2008): Was willst Du denn in Rio. Interpretieren und Themen des DDR-Schlagers. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn, S. 114-121.



Autoren

Dr. Ingo Grabowsky ist wissenschaftlicher Referent der Stiftung Kloster Dalheim. LWL Landesmuseum für Klosterkultur. Zuvor war er viele Jahre als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Slavistik / Lotman-Institut für russische Kultur der Ruhr-Universität Bochum und am Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in Bonn tätig. In zahlreichen Publikationen und Ausstellungen behandelt er vor allem kulturhistorische Themen.

Martin Lücke ist promovierter Musikwissenschaftler und hat eine Professur für Musikmanagement an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) in Berlin inne. Zuvor war er Dramaturg bei den Bochumer Symphonikern und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in Bonn. Er beschäftigt sich seit Jahren vor allem mit populärmusikalischen Themen.



Abb. links: © Jörg Philipp

Wissen schafft Sicherheit

Urenco

URENCO Deutschland GmbH
Röntgenstraße 4
48599 Gronau

Tel.: 02562 / 711 - 149
www.urenco.com

urenco

MENSCHEN BESTIMMEN DIE TECHNIK

Konferenztechnik
Medientechnik
Videotechnik
Beschallungstechnik
ELA- & Haustechnik
Lichttechnik

Kolibri MediaS GmbH · Gildestr. 2 · 49477 Ibbenbüren
Tel.: 05451 545955 - 3 · Fax.: 05451 545955 - 4 · Mobil: 0 172/28 58 55 8
Internet: www.kolibri-medias.de · Email: info@kolibri-medias.de

Kolibri MediaS GmbH

AMX GOLD-PARTNER

Wir sind für Sie da, wenn Sie

- Konferenz- & Schulungsräume,
 - Museen & Ausstellungen,
 - Schulen & Universitäten,
 - Stadt- & Mehrzweckhallen,
 - Sportplätze & -hallen,
 - Kirchen & Gemeindehäuser,
 - Hotels & Gaststätten,
 - Einzelhandel & Einkaufszentren,
 - Clubs & Discotheken,
 - oder auch Ihr Eigenheim
- mit modernster Technik ausstatten wollen.



WE ARE **CRE8** DESIGN

PROFESSIONELLES FOTOLABOR

TEL.: 0 25 62 99 242 81
INFO@CRE8DESIGN.EU
WWW.CRE8DESIGN.EU

XXL FOTODRUCK
WEBSHOPS
WERBUNG

We cre8 custom made!

CRE8
DESIGN



Glaserei Segbers
Am Königsweg 3 d
48599 Gronau - Epe

Telefon: 02565 2118
info@glaserei-segbers.de
www.glaserei-segbers.de



Bibi Johns

Als Gun Birgit Johnson kam die Schlagersängerin und Schauspielerin Bibi Johns am 21. Januar 1929 in Arboga, Schweden, zur Welt. Nachdem sie zunächst in Schweden und den USA erste künstlerische Erfolge hatte, feierte sie vor allem in den fünfziger Jahren in Deutschland in Schlagerfilmen wie *Musikparade* (1956) oder *Liebe, Jazz und Übermut* (1957), beide an der Seite von Peter Alexander, aber auch als Sängerin mit Liedern wie *Bella Bimba* oder *Gipsy Band* große Erfolge. Nachdem der Schlagerfilm seinen Zenit überschritten hatte, war Bibi Johns national aber auch international häufiger im Fernsehen präsent. Heute lebt sie in der Nähe von München und ist auch als Malerin aktiv.



„Ich kam, sang und blieb hängen“

Bibi Johns im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Frau Johns, Sie waren viele Jahre als Sängerin tätig. Haben Sie Ihre Karriere direkt mit Schlagern begonnen?

Nein, in Schweden sang ich zunächst in Jazzbands. Mein großes Ziel war Amerika. Als ich vier Jahre alt war, brachte mein Vater einen amerikanischen Seemann mit nach Hause. Zu dieser Zeit hatte ich bereits amerikanische Musikfilme gesehen und auf unserem Plattenspieler – das war noch ein Gerät, das mit einer Kurbel aufgedreht werden musste – durfte ich im Keller in der Waschküche Platten von Ella Fitzgerald spielen. Ich fragte also den Seemann, wo Amerika liege. Er nahm mich mit nach draußen und zeigte nach Westen. Ab diesem Moment schielte ich immer in diese Richtung. Eines Tages bekamen wir Besuch aus den USA von der Cousine meiner Großmutter, ich muss ungefähr 18 Jahre alt gewesen sein. Ihr erzählte ich, dass ich nach Amerika gehen möchte, und sie sagte: „OK, wir helfen dir mit den Papieren“, und so konnte ich Ende 1951 auswandern.

Anfang Dezember kam ich mit dem Schiff in New York an, zog sofort zu meinen Verwandten nach Minneapolis, blieb aber dort nur eine Woche und ging dann nach New York zurück. Ich war wohl zur richtigen Zeit am richtigen Ort, denn durch Zufälle hatte ich bereits am 2. Januar 1952 meinen ersten Fernsehauftritt und im Februar schon einen Schallplattenvertrag.

Im April 1953 war ich dann Gast in der Fernsehsendung „Chance of a Lifetime“, wo drei junge Künstler auftreten durften, die gerade ihre erste Platte besungen hatten. Das Publikum bestimmte mit der Stärke des Applauses den Gewinner der Show. Ich

hatte Glück, ich gewann und erhielt 1.000 US-Dollar und 400 Schachteln Old Gold Zigaretten.

Wie ging es dann mit Ihrer Karriere weiter?

Da mein Vater im Sommer 1953 seinen 50. Geburtstag feierte, wollte ich ihm persönlich gratulieren und ihm die Zigaretten schenken. Von dem Geld kaufte ich mir also ein Flugticket nach Schweden, die Zigaretten bekam ich allerdings nicht durch den Zoll, die liegen sicherlich noch heute da (lacht).

Jedenfalls besuchte ich in Stockholm meine alte Plattenfirma, denn schon vor meiner Amerika-Reise hatte ich in Schweden Schallplatten aufgenommen. Im Nachbarbüro hörte sich der deutsche Produzent Nils Nobach zufällig eine amerikanische Platte von mir an und ich bekam mit, wie er sagte, es sei doch schade, dass Bibi Johns nicht hier sei, er hätte sie gerne in Deutschland produziert. So kamen wir ins Gespräch und er überredete mich, auf dem Rückweg in die USA in Köln einige Aufnahmen zu machen. Ich flog also nach Köln. Ich kam, sang und blieb hängen.

Sind Sie darüber im Nachhinein traurig?

Nein, ganz im Gegenteil, denn ich erhielt in Deutschland viele interessante Angebote. Bereits Anfang 1954 drehte ich meinen ersten deutschen Film und habe bis in die sechziger Jahre in etwa 20 Filmen mitgewirkt. Meinen ersten Film drehte ich allerdings schon im Herbst 1953 in Schweden.

Sie waren ja eigentlich keine Schauspielerin.

Nein, aber ich kann mich selbst spielen!



Abb.: Filmplakat Musik-
parade, Regie: Géza von
Cziffra, Deutschland,
1956



Abb. oben: Single, 1961; Abb. unten: Single, 1955
Abb. rechte Seite: Gala-Jacke Bibi Johns, Bibi Johns

Waren es denn meistens Musikfilme, in denen Sie spielten?

Schon, aber das Schlimmste für mich war, dass ich oft zickige Diven spielen musste, so wie man sich damals Sängerinnen vorstellte. Für mich war das schwierig, denn ich musste mich dabei verstellen, eine Diva war ich nie.

Sie haben zunächst mit Nils Nobach gearbeitet, aber dann mit dem Produzenten und Texter Kurt Feltz. Hat er Sie abgeworben?

Ja, das stimmt. Darüber hinaus stellte man mir einen Korrepetitor zur Seite, der mir genau vorschrieb, wie ich phrasieren sollte, damit es bloß nicht zu jazzig klang. Und einmal bekam ich – jetzt kann man das ja erzählen – einen Text, der *Da muss mal ein Mann ran* hieß. Ich fand dies ein bisschen zu anrühlich, ich war schließlich ein Idol für junge Mädchen. Zwar waren die Strophen harmlos, doch im Refrain hieß es dann „Da muss mal ein Mann ran“. Ich sagte dem Produzenten, dass ich das nicht singen möchte und der antwortete: „Das müssen Sie ja auch nicht.“ Und dann musste ich eineinhalb Jahre nicht mehr singen.

War Ihre Schlagerkarriere damit erst einmal beendet?

Nein, ich habe noch bei anderen Firmen produziert. Und es wurden auch – so wie im Vertrag vorgesehen – Lieder aufgenommen, aber eben nicht veröffentlicht. Ob es nun daran lag, dass ich diesen Text nicht singen wollte oder ob man mich sowieso auf Eis legen wollte, weiß ich nicht. Ich war damals viel zu naiv und hatte auch keinen Manager.



Haben Sie Ihr Management zu dieser Zeit komplett selbst gemacht?

Nein, ich hatte eine Agentur in Stuttgart, die mich vermittelte und sich um die Verträge kümmerte. Aber einen Manager, nach heutiger Definition, gab es damals kaum in Deutschland.

Aber Caterina Valente hatte einen, Eric van Aro, der hohe Gagen aushandelte und auf die künstlerische Qualität achtete.

Schon, aber er war gleichzeitig ihr Ehemann und ein hervorragender Manager.

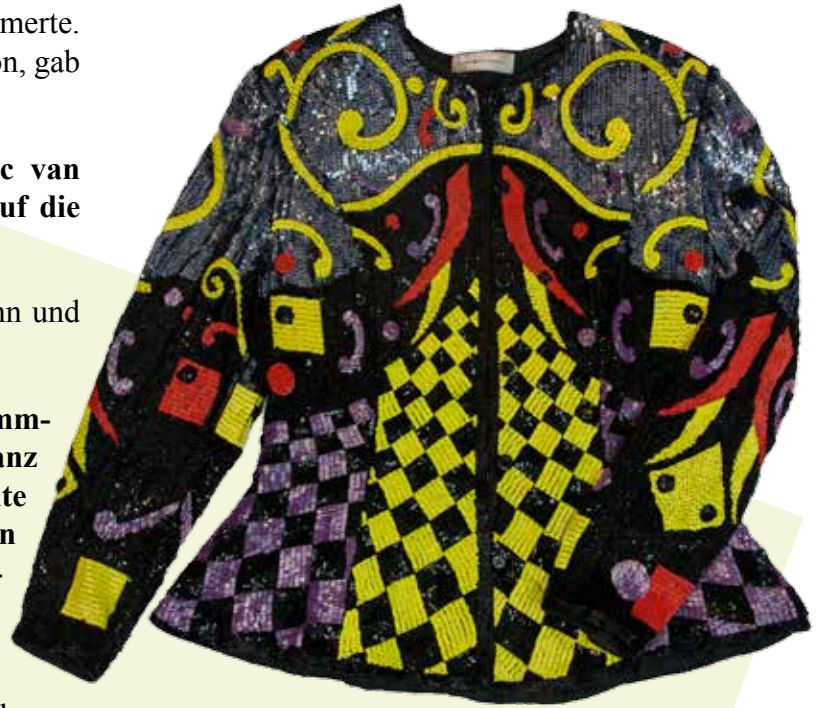
Wurden Sie denn damals mit einem bestimmten Image „verkauft“? Sie sind ja eine ganz andere Interpretin als z.B. Caterina Valente und standen eher für den skandinavischen Typ. Haben die Produzenten oder Regisseure in dieser Richtung spezielle Anweisungen gegeben?

Nein, das stand nie zur Debatte. In den Filmen habe ich anfangs zwar zickige Sängerdiven gespielt, aber dann auch mal eine Krankenschwester oder ähnliches.

Welchen ihrer Filme mögen sie noch heute?

Wenn Frauen schwindeln; das war ein Schwarzweißfilm, Regie führte Paul Martin, mit dem ich am liebsten gearbeitet habe. In diesem Film hatte ich die schönste und dankbarste Rolle. Zwar sang ich auch, musste aber keine Sängerin, sondern eine Journalistin spielen, die im Selbstversuch beweisen wollte, dass Männer weniger hilfsbereit sind als Frauen. Der Film beginnt mit einem gestellten

Autounfall, wir lagen als Leichen herum und wollten sehen, ob nun zuerst ein Mann oder eine Frau anhält.



Haben Sie einen Kollegen, mit dem Sie gerne zusammengearbeitet haben?

Ich habe mit allen gerne zusammen gearbeitet. Mit Peter Alexander zum Beispiel habe ich drei Filme gemacht, aber wir sind uns kaum näher gekommen. Er war ein sehr netter Kollege, aber weder er, noch ich gehörten zu denen, die nach dem Drehtag abends lange im Restaurant herumsaßen. Ich bin immer früh ins Bett gegangen, weil ich ja manchmal mitten in der Nacht schon zum Schminken musste. Peter saß auch nie lange mit den Kollegen



Abb.: Titelblatt der FUNK UHR, 1961, Bibi Johns



zusammen, so haben wir uns zwar nicht näher kennengelernt, aber gut verstanden, da gab es keine Probleme. Dagegen war ich mit Paul Kuhn bis zu seinem Tod befreundet und bin es mit Bill Ramsey heute noch. Auch mit Götz Alsmann verbindet mich eine sehr enge Freundschaft.

Sie tourten mit Alice und Ellen Kessler, aber auch mit Bill Ramsey. Wie kam diese Zusammenarbeit zustande?

Mitte der fünfziger Jahre hörte ich erstmals Bill Ramsey und war von ihm begeistert, ein toller Jazzsänger. Ich sollte damals eine Tournee machen. Der vorbereitenden Agentur erzählte ich von Bill und sagte, ich möchte unbedingt, dass dieser tolle Sänger mit auf Tournee geht, und so kam es dann auch. Schließlich entdeckten ihn Heinz Gietz und Kurt Feltz und schrieben ihm Songs auf den Leib.

Sie haben seine Karriere quasi mit begründet?

Ja, das kann man vielleicht so sagen.

Wie beurteilen Sie den damaligen deutschen Schlager?

Ich muss sagen, das, was Heinz Gietz geschrieben hat, war musikalisch auf hohem Niveau und die Texte von Kurt Feltz waren auch sehr gut. Aber es gibt bei Schlägern – auch heute noch – solche und solche, sehr gute, aber auch ziemlich primitive. Aber das war immer so und wird wohl auch so bleiben.

Heinz Gietz halten Sie für einen sehr guten Komponisten, wie ist es z.B. mit Heino Gaze?

Gaze auch, er hat sehr schöne Melodien geschrieben, aber Gietz kam ursprünglich vom Jazz. Daher nennt Götz Alsmann diese Schlager ja auch Jazzschlager, womit er vollkommen Recht hat.

Mit welchen großen Schlagerkomponisten haben Sie noch gearbeitet?

Viele Lieder habe ich zum Beispiel von Michael Jary, der wirklich sehr schöne Nummern komponierte.

Können Sie sagen, warum es mit den Schlagerfilmen irgendwann aufhörte? War die Zeit des Genres einfach vorbei?

Die Schlagerfilmära endete eigentlich bereits Anfang der sechziger Jahre mit dem Aufkommen des Fernsehens. Es ist an die Stelle des Kinos getreten.

Viele Filme waren einfach um den Schlager herum konzipiert?

Natürlich, aber dann kamen ja die Musiksendungen im Fernsehen, daher wurde es witzlos, solche Filme zu produzieren.

Noch eine Frage zu den fünfziger Jahren: Gab es unter den Sängern Konkurrenz oder war das Verhältnis eher kollegial untereinander?

Ich habe mich nie darum gekümmert, ich hatte immer Kollegen um mich, die ich sehr gern hatte, da gab es keinen Neid.

Ich habe auf einer Platte, eine der ersten, die das Label Bear Family in den achtziger Jahren herausbrachte, gelesen, dass Sie von Kurt Feltz zur

Polydor geholt wurden, um Sie als Konkurrenz zur Valente auszuschalten. War das wirklich so?

Mag sein. Andere haben das so gesehen, aber das kommt nicht von mir.

Welche Rolle spielte Kurt Feltz in der Schlagerwelt dieser Zeit? 1958 gab es sogar einen Spiegel-Titel mit ihm.

Er war der Schlagerkönig unter den Produzenten. Er hat ja die damals großen Namen wie Caterina Valente und Peter Alexander produziert.

Hat sich Ihre Karriere ab den sechziger Jahren verändert?

Ich habe in den Sechzigern und Siebzigern sehr viel Fernsehen gemacht und hatte sogar zwei eigene Shows.

Musikalische Shows nehme ich an!

Natürlich, aber nicht direkt mit Schlagern. Es waren zwar welche dabei, aber auch Volkslieder oder amerikanische Standards.

Wie verlief die Produktion? Waren Sie inhaltlich beteiligt oder in erster Linie als Moderatorin tätig?

Natürlich war ich inhaltlich beteiligt. 1963 ging ich in Schweden mit einer eigenen Band und zwei Tänzern auf Tournee mit einer kleinen Bühnenshow, die hervorragende Kritiken bekam. Ich produzierte das selbst. Anschließend ging ich zum Fernsehdirektor in Stuttgart, spielte ihm in seinem Büro die ganze Show pantomimisch vor und frag-

te, ob es nicht möglich wäre, diese Show im deutschen Fernsehen zu machen. Er war begeistert und ich übersetzte dann zusammen mit einem Freund die gesamten Texte ins Deutsche, die Ausstattung dazu hatte ich ja schon. Die Show war zwar klein, aber *Kennen Sie Miss Johns* kam so gut an, dass ich ein Jahr danach noch eine *Kennen Sie Miss Johns*-Show für den Westdeutschen Rundfunk in den Bavaria Studios in München machte, diesmal mit großem Orchester.

Wie waren die Konzerte, die Sie in den fünfziger Jahren gegeben haben? Waren das eher „Bunte Abende“?

Ja, so würde ich das nennen. Es waren immer mehrere Künstler mit dabei, dazu ein Conférencier.

Sie haben im Laufe Ihrer Karriere auch mit etlichen internationalen Stars gearbeitet.

1970 war ich ein dreiviertel Jahr in London. Dort habe ich eine wöchentliche Musikshow komodiert, die auch für das ZDF aufgenommen wurde. Nach der englischen Aufzeichnung am Freitagabend, die Sendung wurde samstags ausgestrahlt, nahm ich die Moderationen auf Deutsch auf. Die Sendung hieß *Rolf-Harris-Show*, Rolf Harris war Australier, eigentlich Maler, hat aber auch gesungen und war Conférencier. Sein „Gag“ bestand darin, in jeder Sendung ein großes Bild zu malen und dabei zu singen.

Sind dort in erster Linie englische Stars aufgetreten?

Nein, oft waren auch Amerikaner dabei.



*Abb.: Bibi Johns und Harry Belafonte trafen sich 1952,
Bibi Johns*

Es gibt ein Bild von Ihnen mit Harry Belafonte, haben Sie mit ihm zusammen gesungen?

Belafonte traf ich schon 1952 in den USA, nachdem ich meine erste Schallplatte aufgenommen und einen ersten Auftritt in einem New Yorker

Nachtclub namens „The Blue Angel“ hatte. Als ich am ersten Abend in die Garderobe kam, lag dort ein Telegramm, in dem mir jemand Glück für den Auftritt wünschte. Es war unterschrieben von Harry Belafonte. Ich hatte damals keine Ahnung, wer er war, es hat sich dann aber herausgestellt, dass er in derselben Show auftrat, aber er war damals noch nicht bekannt. Ich lernte ihn zwar nicht näher kennen, als er dann aber nach Deutschland kam, wurde ein Foto von uns gemacht. In derselben Show war auch die noch nicht entdeckte Eartha Kitt.

Haben Sie mit vielen dieser Stars bei der Show in England auch Duette gesungen?

Ich habe natürlich mit Rolf Harris gesungen, einmal auch mit Caterina Valente und mit Charles Aznavour.

Gibt es davon Aufnahmen?

Nein, leider nicht. Ich habe nur zwei von den Shows auf DVD, gerne hätte ich mehr gehabt, denn es waren so nette Shows. Aber es war auch harte Arbeit. Der Regisseur verlangte sehr viel, wir produzierten ja später vier dieser Shows in München. In England probten wir nur zwei Tage. In München dauerte das Ganze vier Tage, weil man hier diese Professionalität noch gar nicht gewohnt war.

Im Grunde endet Ihre Schlagerkarriere mit den Fernsehshows. Würden Sie dies auch so formulieren?

Ich war ja nie nur Schlagersängerin. Ich hatte das Glück bei den deutschen Rundfunkanstalten Produktionen mit ganz anderer Musik machen zu dür-

fen, Musical-Melodien oder neue Kompositionen, zu denen ich die Texte selbst schrieb.

Vor 40 Jahren habe ich für den SWR eine sehr schöne Produktion mit schwedischen Volksliedern gemacht. Der Arrangeur Dieter Reith bearbeitete die Lieder, tolle Musiker aus den Niederlanden und England waren dabei, eine teure Produktion. Doch sie lag 40 Jahre in den Archiven des Südwestrundfunks. Ein Klassik-Label entdeckte diese Produktion und brachte sie auf CD heraus. Sie erschien im Sommer 2013.

Wird sie auch im Radio gespielt?

Vor Kurzem wurde diese CD in einer Abend-sendung bei WDR4 vorgestellt, mit Lob für mich und Dieter Reith, dessen Arrangements besonders schön sind.

Wie war und ist Ihr Verhältnis zu den Fans?

Ich habe immer viel Fanpost erhalten, sogar heute noch, häufig ganz rührende Briefe von Menschen meiner Generation, die mir schreiben und mir danken, dass ich Ihnen so viel Freude bereitet habe. Das tut gut.

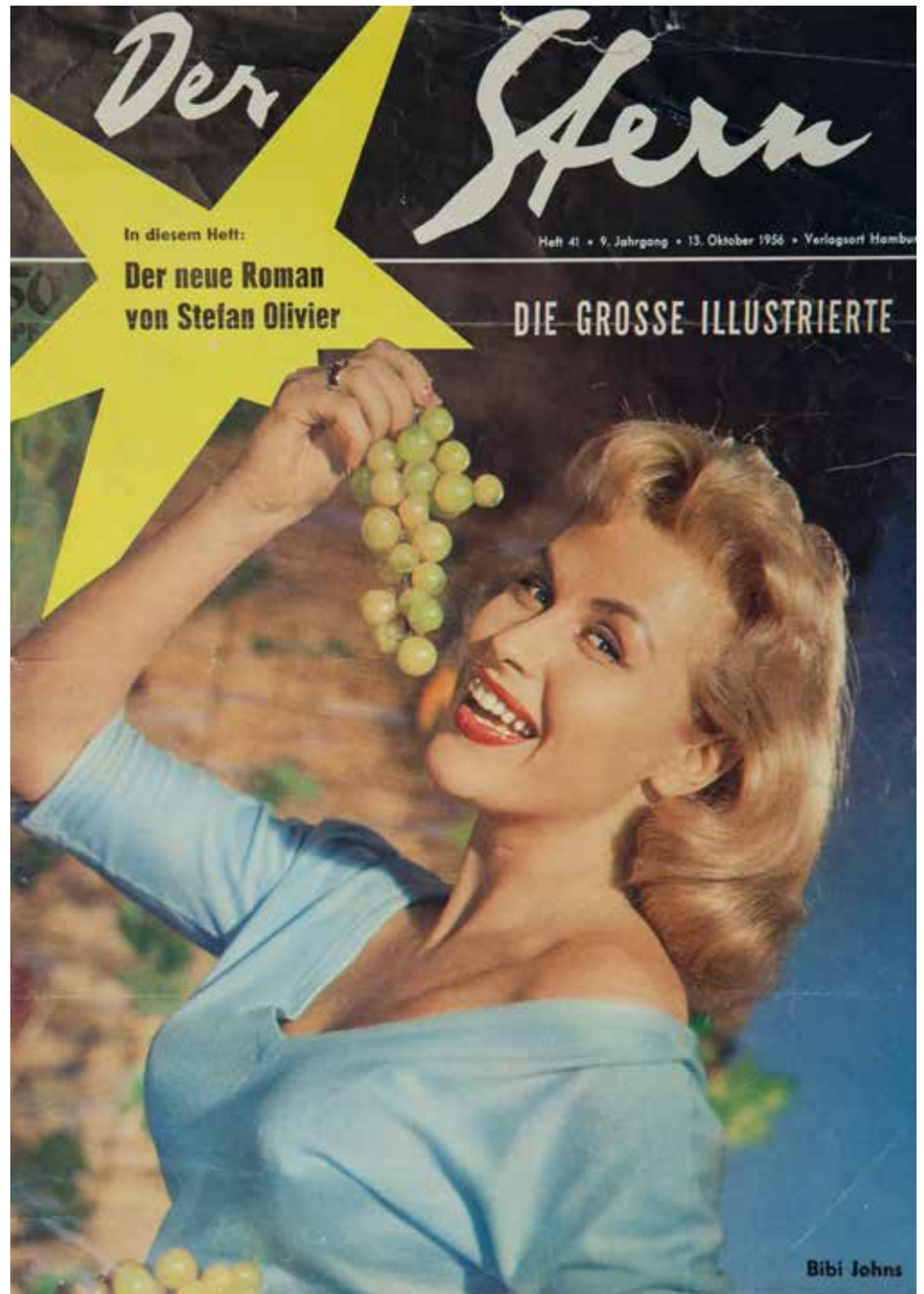
Kam Ihre Musik früher eher bei Teenagern an oder bei älteren Menschen?

Das kann ich nicht beurteilen. Mir passiert es aber häufiger, dass noch heute Frauen zu mir kommen und sagen, dass ich der große Schwarm ihres Mannes gewesen sei. Es gab damals Frauen, die ihre Haare blond färbten, weil ihre Männer von mir schwärmten, wurde mir berichtet.

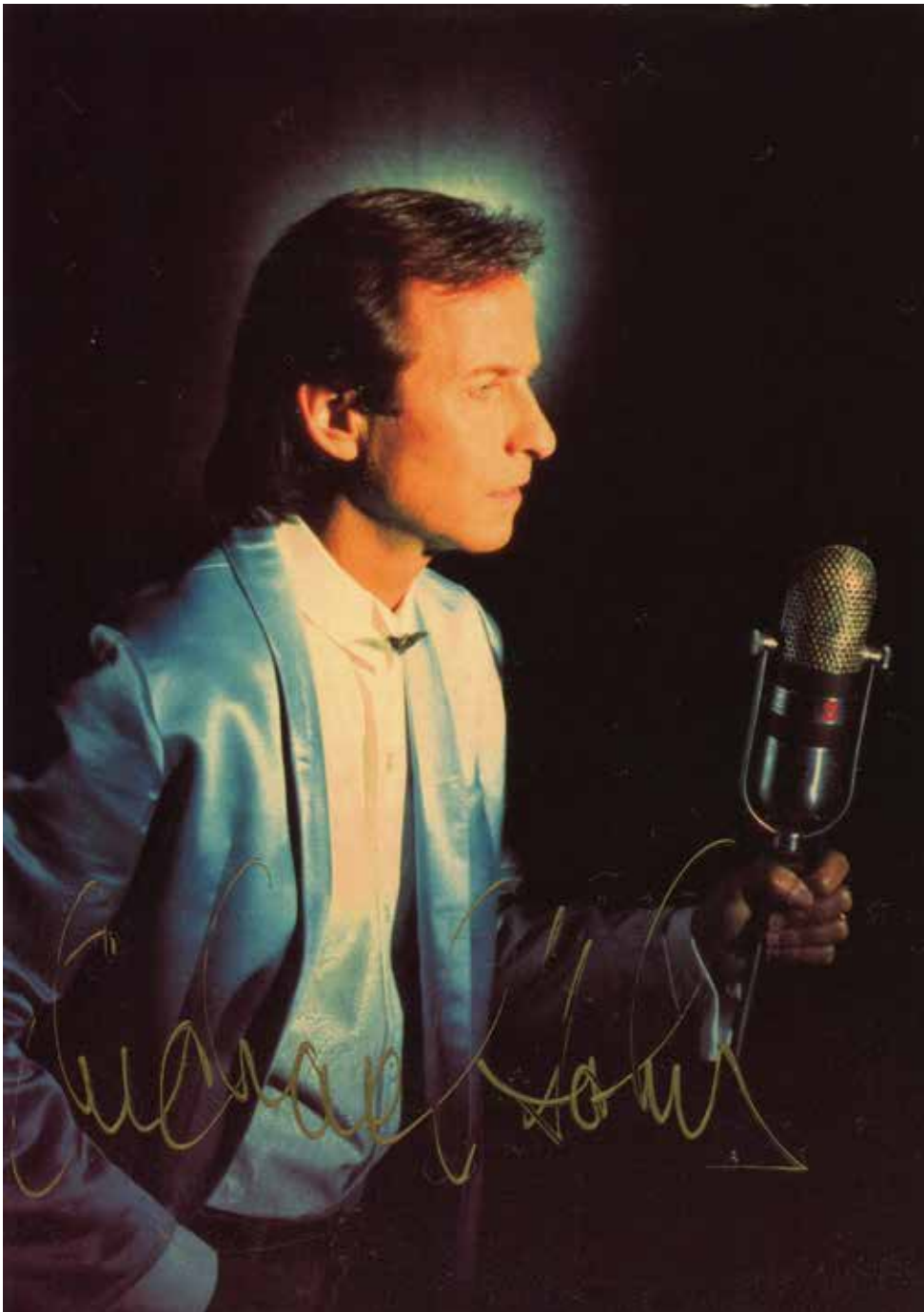
Sie waren ja eine der ersten Skandinavierinnen, die in Deutschland so erfolgreich waren. Können Sie sich diesen Erfolg erklären?

Ich glaube, dass wir Skandinavier vielleicht entspannter und fröhlicher waren. Ich erinnere mich an meine erste Deutschland-Tournee, da war eine deutsche Kollegin dabei, die nach ihrem Auftritt Blumen erhalten sollte. Der Mann, der ihr diesen Strauß überreichen sollte, stand hinter der Bühne und hat sich mit mir unterhalten und darüber vergessen, ihr die Blumen zu geben. Sie kam von der Bühne, nahm den Strauß und schmiss ihn an die Wand. So etwas ist Skandinaviern fremd.





*Abb.: Titelblatt Der Stern, 1956,
Bibi Johns*



Michael Holm

Michael Holm (* 29. Juli 1943 in Stettin) wuchs in Erlangen auf, studierte zunächst Jura und feierte ab den späten sechziger Jahren mit Schlagern wie *Mendocino* (1969), *Barfuß im Regen* (1970) oder *Tränen lügen nicht* (1974) beachtliche Erfolge. Im Anschluss an seine aktive Sängerkarriere machte sich Holm in den folgenden Jahrzehnten vor allem als Produzent einen Namen (u.a. Lisa Nemzo) und führte in Deutschland Guildo Horn zum Erfolg. International überzeugte er mit seinem mehrfach Grammy-nominierten Projekt *Cusco*. Im Zuge des Schlager-Revivals der späten Neunziger zog es Holm auch selbst wieder zurück auf die Bühne, denn seine Klassiker begeistern noch heute die Massen. Auch aktuell hat der Künstler noch 50 - 60 Auftritte pro Jahr auf der Bühne und im Fernsehen.



„Musik ist Gefühl oder Gefühl
ist Musik“

Michael Holm im Gespräch mit Frank Schürmann

Herr Holm, wie begann Ihre Karriere in den sechziger Jahren? Können Sie sich an die ersten Konzerte und Ihren ersten Schallplattenvertrag erinnern?

Die erste Platte machte ich 1961 zusammen mit Bert Berger, einem Österreicher (nicht der von Cindy und Bert), der schon als Solist Erfolge als Boy Berger beim Label Electrola hatte. Wir bildeten ein Duett namens Die Missouris – warum auch immer, das hatte der Produzent entschieden. Beim Schlagerfestival in Baden-Baden sangen wir den Titel *Texas Jimmy*, eine grässliche Nummer, die mir nie gefallen hat, aber damals wurden wir nicht gefragt, ob einer etwas gerne singt oder nicht.

Eigentlich ging es dann relativ erfolglos mit mir weiter, doch 1966 hatte ich einen ersten kleinen Hit, *Alle Wünsche kann man nicht erfüllen*. Trotzdem war ich mir schon 1968 ziemlich sicher, dass ich nicht singen, sondern mich auf das Schreiben und Produzieren konzentrieren sollte. Doch dann rief mich eines Abends im Februar 1969 Giorgio Moroder an und bat mich, nach München zu kommen. Er hätte ein Lied für mich, das ich unbedingt singen müsse. Ich ließ mich überzeugen, doch noch mal eine Platte aufzunehmen; und das war *Mendocino*.

Welche Gefühle und Werte verbinden die Menschen Ihrer Meinung nach mit Schlagern?

Ich glaube, dass ist ein ganzes Bündel. Zuerst Lebensfreude, Ausgelassenheit und Feiern, dann natürlich sentimentale Lebenserinnerungen. Musik wird – wie wir alle wissen – in unserem Gehirn an derselben Stelle rezipiert, in der auch Gefühle

entstehen. So kann die Formel lauten: Musik ist Gefühl oder Gefühl ist Musik, dadurch berühren uns sehr stark Titel, die uns vor Jahren gefallen und viel bedeutet haben, dadurch werden Kräfte freigesetzt. Wenn man beispielsweise auf Schlagerveranstaltungen auftritt und dort die alten Melodien von früher singt, kommen zum Teil sehr reale Erinnerungen hoch. Das ist meine Erklärung für die Popularität des Schlagers, der ja medial nie in irgendeiner Form gewürdigt wurde.

Welche Schlagerplatte war für Ihre Karriere die wichtigste?

Die wichtigste war natürlich *Mendocino*, sie hat aus einem unbekannten Autor und Produzenten verschiedener anderer Interpreten einen erfolgreichen Sänger gemacht. Ich erlebe das heute noch bei Auftritten: Bei *Mendocino* stehen die Leute auf, da ist eine unheimliche Bewegung im Raum zu spüren – sowohl emotional als auch physisch. Für die Menschen ist es fast eine Art Volkslied. An zweiter Stelle würde ich *Tränen lügen nicht* nennen, wovon fast zwei Millionen Singles verkauft wurden, und das auch in einigen anderen Ländern ein großer Erfolg war. Dann vielleicht noch *Lucille* und *Barfuss im Regen*, Titel, die nicht so ins typische Schlagerschema passten, weil sie eigenwillig waren. *Barfuss im Regen* war ein bisschen poporientiert – Giorgio Moroder war der Produzent – und *Lucille*, diese Country-Ballade, hatte sehr viel Traurigkeit, die aber die Menschen bewegte.

Sehr häufig haben Sie deutsche Texte auf internationale Hits geschrieben. Warum waren Ihre Fassungen von *Mendocino*, *Tränen lügen nicht*



Abb.: Der Südtiroler Komponist und Musikproduzent Giorgio Moroder in einem Schnittraum, 1984

© picture alliance / picture alliance

oder *My Lady of Spain* in Deutschland populärer als die Originale?

Ich glaube, die Geschichten waren für das Publikum nachvollziehbarer und die Texte auch ganz gelungen. Eigentlich müssten Sie die Käufer fragen, die entschieden damals, statt einen der anderen zig tausend Songs gerade meinen zu kaufen. Da gibt es eigentlich keine Erklärung. Musik wird aus einem Gefühl heraus gekauft und da habe ich wohl die Gemüter, Herzen und Ohren angesprochen.

Als stilbildend galt in den siebziger Jahren der Modemensch Michael Holm. Gibt es eine Geschichte hinter Ihren Bühnenoutfits, vor allem hinter dem berühmten Seidentüchlein?

Ach, die Seidentücher, meine damalige Freundin Petra – wir waren sieben Jahre zusammen – hatte, wie viele andere Frauen auch, einen guten Geschmack, sie war nämlich im Modebereich tätig. Sie riet mir, was ich tragen sollte, und staffierte mich aus. Dem konnte ich nichts entgegen setzen, da ich als Musiker in Jeans und Turnschuhen herumgelaufen wäre. Im Studio achtet man nicht so sehr auf sein Äußeres.



Sie waren im Fernsehen ständiger Gast, vor allem auch in der legendären *ZDF-Hitparade*. Welche Bedeutung hatte die Sendung mit Dieter Thomas Heck für den deutschen Schlager?

Die wichtigste, die man sich vorstellen kann.

Dieter Thomas Heck war eine Person, die mit Leidenschaft und großem Engagement und mit einem bis dato unbekannten Schnellsprechertempo das Programm abspulte. Er war selbst ein ganz wichtiger Teil der Show, hob in seinen Ansagen aber die Bedeutung eines jeden Interpreten hervor, ob er ihn nun mochte oder nicht. Natürlich gab es bereits in den siebziger Jahren die entsprechenden Typen, die ein breites Publikum anzogen.

Zu unserer Zeit warst du als junger Mann entweder Sportler oder Musiker, ansonsten hattest du überhaupt keine Chancen bei den Mädchen und darauf kommt es im Endeffekt doch an. Das heißt: Musik war ein wesentlicher Teil des Lebens und eine Person wie Dieter Thomas Heck konnte mit gestenreichen Tempoansagen, aber auch mit viel Gefühl bestimmte Titel und Interpreten nach vorne schieben.



Schließlich hatte die Sendung eine Sehbeteiligung von 60 bis 70 Prozent, das schafft heute nicht einmal mehr die Nationalmannschaft. Ich habe mich neulich mit einem Medienfachmann unterhalten. Er sagte, dass man heute 38 Kontakte brauche, um einen Kaufimpuls auszulösen, was auch immer er mit Kontakten genau meinte. Aber früher genügte ein Kontakt in der *Hitparade*, ein gelungener Auftritt mit einem guten Titel, das war fast eine Garantie für einen großen Hit.

In den siebziger Jahren gab es gegen die ZDF-Hitparade auch Manipulationsvorwürfe. Wie darf man sich diese Manipulation vorstellen?

Das konnte man nur auf eine Art und Weise machen: Karten oder Briefe schicken.

Manche haben das auch versucht, aber sie sind damit auf die Nase gefallen. Ich war in den sechziger Jahren DJ bei Radio Luxemburg und half auch bei der Hitparadenauswertung mit, denn damals erhielt man dafür noch zigtausende Zuschriften. Man konnte aber erkennen, wenn mehrere Zuschriften mit der gleichen Handschrift kamen, selbst wenn

mit verschiedenen Stiften geschrieben wurde. So etwas passierte, Dieter Thomas Heck selbst hat auch zwei Fälle bewusster Einflussnahme benannt. Das Ergebnis war die Disqualifikation der Künstler, und das war die Höchststrafe. Es kann ja mal passieren, dass ein eigener Titel nicht ganz so populär ist. Aber mit dem nächsten hat man doch sofort wieder eine neue Chance. Das ist wie bei einer Wahl. Wenn man eine Wahl verliert, hat man bei der nächsten eine neue Chance. Wer sich also aus dem Kreis derer, die an der ZDF-Hitparade partizipieren konnten, rausgeschossen hatte, tat sich langfristig sicherlich keinen Gefallen. Aber wo Menschen aufeinander treffen und einen Wettstreit ausfechten, ist die Versuchung der Manipulation gegeben.



Abb. links: Michael Holms erster großer Hit Mendocino, 1969

Abb. rechts: Goldene Schallplatte für Michael Holms Nummer-Eins-Hit, Tränen lügen nicht, Juni 1975, Michael Holm





Ihre für lange Zeit letzten Studioalben mit Schlagern erschienen 1980 und 1981. Warum haben Sie aufgehört, Schlager zu machen?

Um genau zu sein war es 1982. *Leb wohl* war mein letzter Hit und verkaufte sich noch 200.000 Mal, was gar nicht so schlecht war. Zu dieser Zeit kam mit der Neuen Deutschen Welle ein neuer Stil auf, der ganz anders war als das, was bis dato erfolgreich war. Mir gefiel diese Richtung extrem gut, vor allem Trios *DaDaDa* oder auch Nena, *Der goldene Reiter* von Joachim Witt, Die Einstürzenden Neubauten usw. Gleichzeitig merkte ich aber, dass ich mit meiner eigenen Kreativität da nicht hineinpasste und zog mich erst einmal zurück. Ich hätte natürlich wie viele andere auch einfach in meinem Stil weitermachen können. Anderen, wie den Flippers, ist das ja geglückt. Ich aber war neugierig und begann ab 1979 noch ein Instrumentalprojekt zu produzieren, das sich Cusco nannte, und in Japan und Korea, später in den USA einige Erfolge hatte. Zusammen mit Christian de Walden betrieb ich in den USA außerdem einen kleinen aber erfolgreichen Verlag, der im Country-Segment zwölf Nummer-Eins-Hits hatte, dazu noch 25 Top-20 und über 70 Charteintritte. Vor allem Todd Cerney war dafür verantwortlich, der leider vor zwei Jahren an einem Gehirntumor verstarb. Mit *I'll Still Be Loving You* schrieb er 1988 den Country Song of the Year.

In dieser Phase spielte ich im deutschen Musikgeschäft eigentlich keine große Rolle. Anfang der neunziger Jahre lernte ich Guildo Horn kennen und produzierte seine Musik. Da ich dann wieder häu-

figer bei Veranstaltungen mit dabei war, spielte ich auch hin und wieder mit Guildo Horns Orthopädischen Strümpfen. Das hat viel Spaß gemacht und mich daran erinnert, wie toll es doch ist, auf der Bühne zu stehen, zu singen und zu erleben, wie die Leute die alten Lieder feiern. Dieses Revival in den Neunzigern war quasi ein Naturereignis, dessen Aushängeschilder Dieter Thomas Kuhn und Guildo Horn waren. Im Zuge dessen kamen dann einige Veranstalter auf mich zu und fragten, ob ich nicht Lust auf etwas Neues hätte, und so kehrte auch ich auf die deutschen Bühnen zurück.

In den neunziger Jahren sangen Guildo Horn oder Dieter Thomas Kuhn ihre Hits der Siebziger nach? Empfanden Sie das Revival eher als Verballhornung oder als Würdigung?

Ich weiß, dass das sehr kontrovers in Schlagerkreisen diskutiert wird und einige sagen: „Mensch, das ist doch nur eine Verscheißerung.“ Das kam wohl ein bisschen durch Dieter Thomas Kuhn, der offen sagte: „Nein, ich steh‘ gar nicht auf Schlager und finde das alles scheiße...“. Bei Guildo Horn weiß ich, dass er eine tiefe Begeisterung für den Schlager hat und er etwas schaffen wollte, was die Leute vielleicht auch noch in zwanzig oder dreißig Jahren toll und aufregend finden. Ich produzierte ja sein erfolgreiches Album *Danke* und arbeitete mit seinen Orthopädischen Strümpfen phantastisch zusammen. Das Ergebnis ist nach wie vor brilliant. Als Sänger hat Guildo Horn alles gegeben, aber er wurde falsch vermarktet, immer nur als lustiger, origineller, bunter Vogel. Aber er wurde nie als das, was er wirklich ist, promoted und gefeatured: ein richtig guter Sänger, ein Shouter, der mit sehr viel

Kraft und Energie die Emotionalität eines Liedes rüberbringt. Aber sein Management und er haben nie den Fokus drauf gelegt und deshalb galt er auch beim Publikum mehr als lustiger Vogel und wurde daher musikalisch auf dieselbe Ebene wie Dieter Thomas Kuhn gehoben, obwohl er ein paar Klassen besser ist. Nichts gegen Dieter Thomas Kuhn, er ist erfolgreich und bei seinem Publikum wahn-sinnig beliebt, aber er steht eher für die Verballhornung des Schlagers.

Die Schlagerbranche ist, schon aus wirtschaftlichen Gründen, auf ein Massenpublikum angewiesen. Welche Beziehung haben Sie zu Ihren Fans?

Jede Unterhaltungsindustrie ist auf ein Massenpublikum angewiesen, da wir in kleinen Eurobeträgen rechnen. Der Serenissimus, der in früheren Zeiten den Musiker, Komponisten oder Maler unterstützte, den gibt es nicht mehr. Es gibt nur noch die Bürger, das Publikum und unser Serenissimus ist eben derjenige, der zu unseren Konzerten kommt und unsere Platten kauft. Deswegen ist die moderne Unterhaltungsindustrie eben sehr an Charts orientiert. Was viele gut finden, ist gut, auch wenn die Kritik oder der eine oder andere Meinungspapst ganz anderer Auffassung ist. Letztlich entscheidet das Publikum. Das gibt es in allen Bereichen der Unterhaltungsindustrie, besonders aber in der Musikindustrie. Man denke nur an das Phänomen „Ballermann“, das sich musikalisch und textlich zum Teil in grenzwertigen Bereichen herumtreibt. Aber wenn tausende betrunkene Menschen ein etwas grober gereimtes und nicht gerade von poetischem Feinsinn geprägtes Lied gut finden, dann

ist das in Ordnung. Man könnte jetzt wieder große Kulturkritiken zitieren, aber dann kann man sämtliche Produkte der Unterhaltungsmedien mit Fragezeichen versehen. Wir sollten uns an Friedrich den Großen halten, der sagte: „Jeder soll nach seiner Façon selig werden“. Das ist, glaube ich, ein ganz wichtiger Punkt, speziell für den Schlager.

Bekommen Sie denn noch Fanpost?

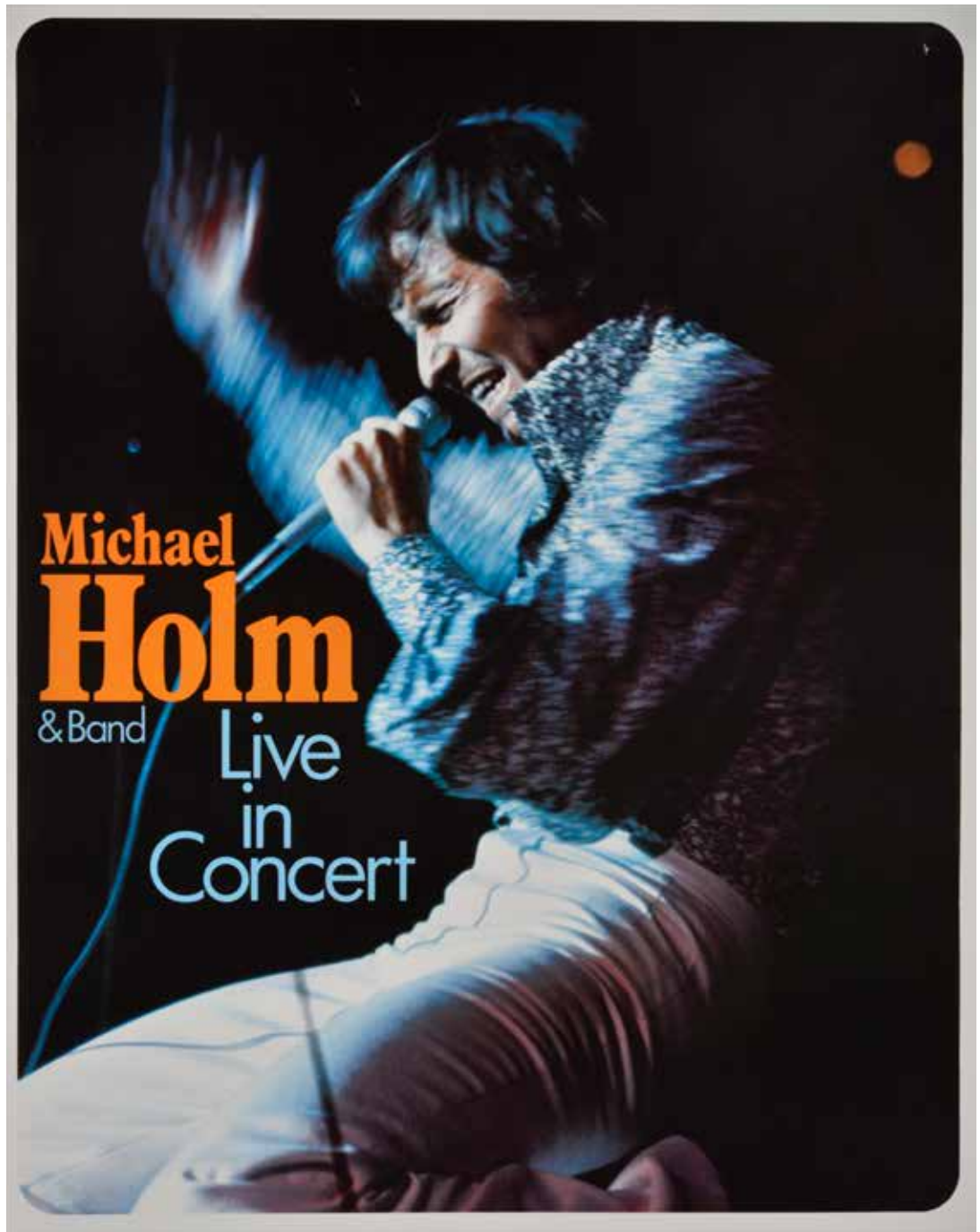
Das ist heute nicht mehr mit den Siebzigern vergleichbar, als es hunderttausende Autogrammbriefe im Jahr waren. Ein ganzer Raum im Haus meiner Eltern war voll mit Autogrammpost, die mithilfe von Werkstudenten aufgearbeitet wurde. Halbtags öffneten sie die Briefe und steckten die Autogrammkarte in den Rückumschlag. Zwar waren das immer nur 30 Sekunden pro Vorgang, aber bei 400.000 bis 500.000 Briefen (...). Heutzutage kommen immer noch Autogrammwünsche, aber das hält sich im Rahmen, im Schnitt 30 pro Woche.

Haben Sie die Autogrammkarten alle selbst unterschrieben?

Ja, das habe ich gemacht. Das war eine Sklavenarbeit, aber das Ein- und Austüten selbst zu machen, wäre unmöglich gewesen. Meine Mutter organisierte alles und die Studenten konnten sich etwas dazuverdienen.

War die Frauenquote bei den Anfragen sehr hoch?

Nicht sonderlich. Das lag natürlich auch daran, dass Titel wie *Mendocino* und *Barfuss im Regen*, *Nachts scheint die Sonne* oder *Lady of Spain* nicht



*Abb.: Konzertplakat
Michael Holm, Michael
Holm*

sonderlich balladesk waren, sondern rhythmisch vorantreibend und modern produziert. Giorgio Moroder hat nicht umsonst sechs Oscars und zwölf Grammys gewonnen.

Haben Sie einen Lieblingsschlager?

Die Frage wird mir ständig gestellt und es ändert sich auch ständig.

Nennen kann ich aber *Lucille*, *Mendocino* und *Tränen lügen nicht*, auch wegen ihres großen Erfolgs. Es gibt eine Masse an Titeln, die ich sehr mag. Auch neue Titel, die man leider nicht so kennt. Aber auf einen kann und will ich mich da nicht festlegen.

Wer sind aus Ihrer Sicht die zehn wichtigsten Interpreten?

Udo Jürgens wäre ganz weit vorne, selbstverständlich auch Peter Alexander. Und dann würde ich von Roy Black über Rex Gildo, Roland Kaiser, Michael Holm zu Howard Carpendale kommen. Heute muss man natürlich Andrea Berg und Helene Fischer nennen. Peter





Maffay? Nein, der will ja eher im Rockbereich angesiedelt sein. Aber Chris Roberts und Christian Anders darf man ebenfalls nicht vergessen. Von der Originalität, von der Kreativität und von der Persönlichkeit her sind das wohl diejenigen, die am meisten Emotionen und Sympathien auf sich gezogen haben.

Wie sehen Sie die Zukunft des Schlagers?

Der totgesagte Schlager wird noch lange leben und sich – wie das immer so ist – wandeln und interessante neue Gesichter hervorbringen. Ich denke da an Typen wie Andreas Gabalier, der auch Schlager singt. Er nennt es „Volksrock’n’roller“, aber mit Rock’n’Roll im eigentlichen Sinne hat das nichts zu tun. Aber wie er es macht, das ist frisch, das ist anders und das gefällt den Leuten. Es wird immer wieder neue Gesichter, neue Personen, neue Stimmen geben, die das Publikum faszinieren und erfolgreich sind.



Abb. links.: Die Zukunft des Schlagers:
Andreas Gabalier auf einer Kitzbühler
Alm, 2014 © picture alliance / BREUEL-
BILD

Abb. rechts: handgefertigte Decke / Fan-
Geschenk an Michael Holm, Michael
Holm



Werden Sie Mitglied im ...



Freundeskreis e.V.
www.freunde-rpm.de

rockⁿpopmuseum Gronau
sounds, visions and exhibitions

Multimedia in Museum und Ausstellung

Multimedia in Museums and Exhibitions

Ihr Multimedia-Partner für: Interaktive Exponate - Video und Audio - Großdisplays und Beamer - Touchsensorik



...wir machen Exponate begreifbar
...your solution for truly grasp-able exhibits.

heddier
electronic

Pascherhook 34 | D-48653 Coesfeld | Tel. +49 (0) 2546 911-0 | Info@heddier.com | www.heddier.com

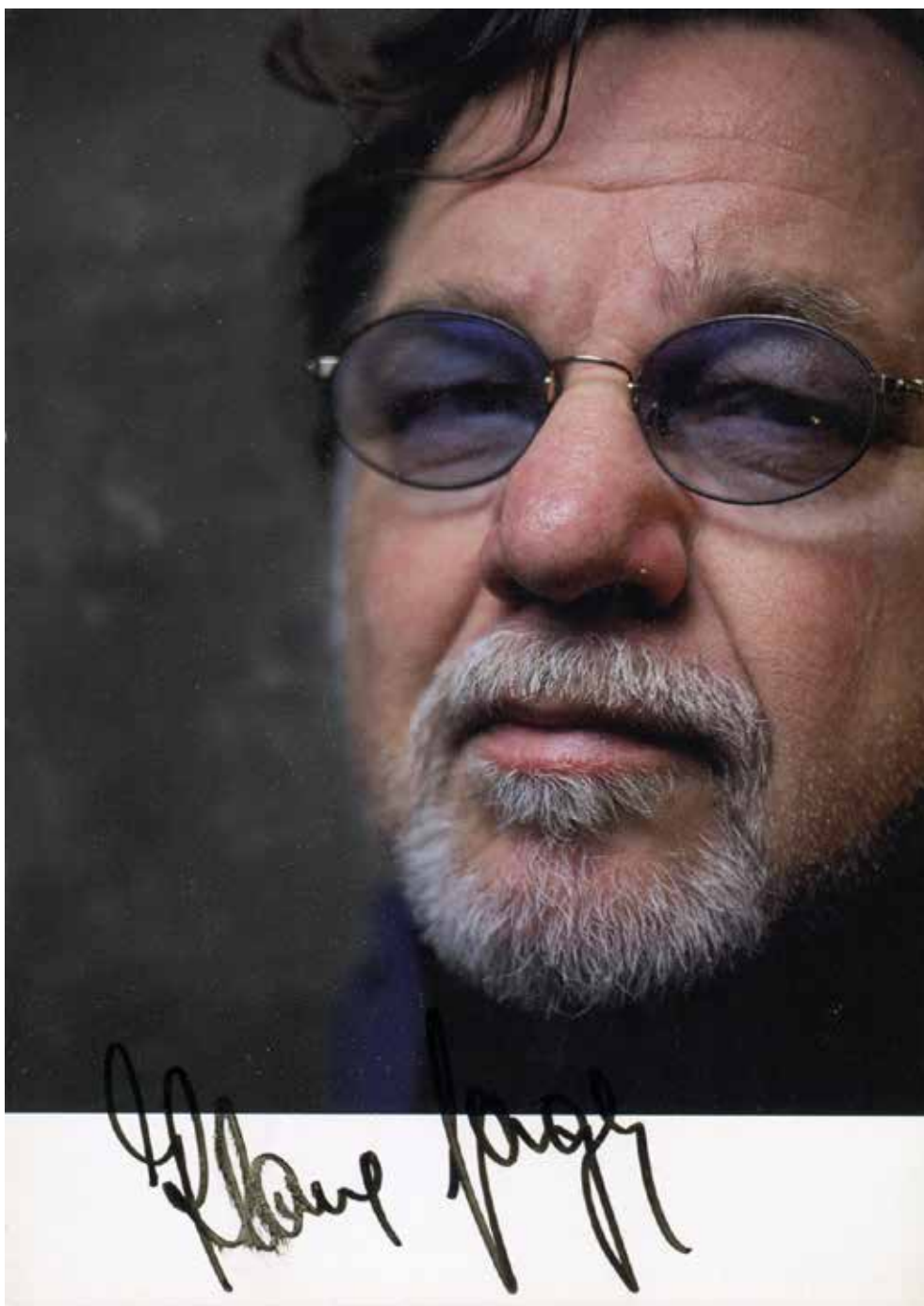
-  Dachabdichtungen
-  Klempnerarbeiten
-  Dachbegrünungen
-  Metallverarbeitung

HUKE

DACHSYSTEME



Alter Postweg 191 ▸ 48599 Gronau ▸ Tel. 02562 / 9370-0 ▸ www.huke.de



Klaus Lage

Der am 16. Juni 1950 in Soltau geborene Klaus Lage arbeitete zunächst als Erzieher und Sozialarbeiter in einem Kinderheim, bevor er als Sänger und Liedermacher in den späten siebziger Jahren u.a. mit dem Berliner Rock-Ensemble (BRE) erste Erfolge feiern konnte. Seinen Durchbruch erlebte er mit dem Evergreen *1000 und 1 Nacht* (1984), der ihn fast über Nacht an die Spitze der Charts katapultierte. Es folgten weitere erfolgreiche Alben, u.a. für den Schimanski-Kinofilm *Zahn um Zahn* mit der Hitsingle *Faust auf Faust* (1985). In den Neunzigern realisierte Lage vielseitige Projekte (so sang er die deutschen Fassungen des Disney-Trickfilms *Toy Story*). In den letzten Jahren ist Lage vor allem solistisch als Liedermacher unterwegs.



„Kompromisslos bleiben kann
man in dieser Branche nicht“

Klaus Lage im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Herr Lage, zu Beginn Ihrer Karriere waren Sie schon 30 Jahre alt.

Fast. Meinen Beruf kündigte ich schon 1976. Bis dahin war ich Erzieher in einem Kinderheim in Berlin Wilmersdorf, also Angestellter im öffentlichen Dienst. Ich behauptete dann aber großspurig, ich sei jetzt Musiker. Aber das war es dann erst einmal, außer ein paar kleinen Auftritten passierte nicht viel. 1977 biss ich mich dann in der Berliner Clubszene fest und machte mir dort einen Namen. Ein paar Leute wurden auf mich aufmerksam, u.a. Pini Eden, der selber Liedermacher und Mitbesitzer vom Folkpub war. Eden ging zu einer Plattenfirma und schlug vor: Der Lage hier, der hat bei uns Erfolg, macht mit ihm doch mal was. Aus diesem Kontakt entstand 1978 meine erste Single, *Alle ham's geschafft ...*, die aber floppte. Ungefähr zur gleichen Zeit hatte Ulli Weigel mit seinem mobilen Studio ein Live-Album mit Berliner Liedermachern produziert, auf dem ich auch vertreten war. Es hieß *Berliner Liederladen*. Es gab dann noch eine Veröffentlichung vom Abschlusskonzert des Nürnberger Bardentreffens, die eine ganz gute Resonanz im fränkischen und bayerischen Raum hatte. Für mich als Berliner Liedermacher war das eine gute Möglichkeit, sich außerhalb der West-Berliner „Insel“ zu etablieren.

1979 machten wir den zweiten Anlauf und veröffentlichten meine zweite Single: *Urrffie*. Dieses Mal mit Ulli Weigel, der sich bereits mit zahlreichen Schlagertexten einen Namen gemacht und internationale Titel ins Deutsche übersetzt hatte. Mit *Kreuzberger Nächte* von den Gebrüdern Blattschuss hatte er dann auch als Produzent und Verleger noch mal richtig Erfolg und hatte sich in

Berlin-Grunewald ein eigenes Studio eingerichtet. Als wir dann meine erste LP aufnahmen, wohnte ich in seinem Garten in einem Wohnwagen, denn damals lebte ich mit meiner Familie auf dem Land bei Hannover und fuhr jeden Monat für ein paar Tage nach Berlin, um dort in den Clubs aufzutreten.

Wie verlief die Zusammenarbeit mit Ulli Weigel?

Mit ihm verband mich eine eher kumpelhafte Beziehung, auch wenn es schlussendlich eine Geschäftsbeziehung war. Ihm ging der Ruf voraus, ich sag's mal so, relativ akribisch zu sein. Über meinen ersten Plattenvertrag mit ihm verhandelte ich gar nicht, er wurde mir angeboten und ich unterschrieb. Ich hatte ja auch keine Ahnung vom Business. Aber ich war froh über die Chance, meine erste LP bei ihm aufzunehmen. Für die Aufnahmen engagierte er als Co-Produzenten und Arrangeur den amerikanischen Pianisten Henry Hirsch und aus der Berliner Clubszene erstklassige Studiomusiker.

Als wir dann meine LP *Musikmaschine* aufgenommen hatten, war es für mich bei Auftritten insofern etwas schwierig, dass die Lieder eigentlich mit einer Band eingespielt worden waren, ich aber als Liedermacher allein auftrat. Denn meine alte Band, das Berliner Rock Ensemble (BRE), gab es zu dieser Zeit nicht mehr, und so musste ich zu Promotionszwecken manchmal mit Halbplayback auftreten. Ich ließ das aber schnell wieder sein, es war einfach zu blöd.

Abb.: Sampler Berliner Liederladen, 1979



Nicht ganz so glücklich war ich mit meinem ersten Label: Bei Hansa war alles eher Schlager und poppig orientiert, wenig Rockmusik. Als das Album 1978 veröffentlicht wurde, hatte ich einen Auftritt im Folk Pub, spielte allein und stellte die Platte vor. Am gleichen Abend trat Bob Marley auf, die ganze Plattenfirma war natürlich in der Waldbühne bei ihm, nur Hans Blum, der Chef von Hansa, war mit seiner Frau bei mir im Folk Pub. Der wollte das einfach mal live sehen.

Das fand ich gut. Da sich aber die LP zu wenig verkaufte, verloren Hansa und Ulli das Interesse.

Wie verlief Ihre Karriere, als Sie bei der EMI waren?

1980 lernte ich auf dem Bardentreffen in Nürnberg Diether Dehm kennen, der damals selber noch als Liedermacher Lerryn auftrat. Er brachte mich zur EMI. Vom Erscheinungsbild und der Programmatik war mir die EMI näher als Hansa, schließlich gehörten da auch schon BAP und Bots dazu. Ich suchte wieder Musiker und stellte mir eine Band zusammen: *Klaus Lage mit Druck*. Wir probten in Berlin im Schatten der Mauer in einem Studio, in dem wir auch die ersten Demoaufnahmen machten und veröffentlichten schließlich 1982 das Album *Positiv*. Bei der Produktion war auch schon Rolf Hanekamp dabei, der mich dann viele Jahre als Toningenieur begleitete. Ohne ihn wäre ich, was den Sound und die technische Ausrichtung angeht, verloren gewesen. Wir sind heute noch befreundet.

Die Single *Komm halt mich fest* war der erste Titel von mir, der bundesweit im Radio gespielt wurde, wodurch wir auch überregionale Auftritte erhielten. Ich bekam damals echt einen Schock, als die



Abb.: Single Klaus Lage, 1982

Promotionsleute verlangten, das wunderschöne Klaviersolo von Dany Dziuk raus zu schneiden, um den Titel „radiotauglich“ zu machen. Für mich damals sehr grenzwertig.

Ungefähr zur dieser Zeit kam Wolf Maahn auch zur EMI. Sie schlugen Wolf als Produzenten vor. Und so kam es auch. Er produzierte das 1983er Album *Stadtstreicher*. Mir war es recht, denn ich trug somit nicht die ganze Verantwortung.

Vor allem mit der Single *Mit meinen Augen* waren wir im Radio und Fernsehen erfolgreich und zum ersten Mal in der Hitparade.

Mit diesem Album hatten wir einen Status erreicht, von dem man einigermaßen gut leben konnte. Durch mehr Auftritte und bessere Lizenzen konnte



ich ein bisschen sorgloser in die kommenden Monate schauen. Trotzdem hatte sich die EMI die Option einige Zeit offen gehalten, ein weiteres Album zu finanzieren, obwohl ich dachte, dass sich *Stadtstreicher* eigentlich gut verkauft hätte – heute wäre man damit schon fast auf Platz 1 der Charts. Die EMI rang sich dann aber doch noch dazu durch, eine weitere Platte zu machen, und wir begannen sofort an einem neuen Song zu arbeiten: *1000 und 1 Nacht*.

Wie ging es mit dem Song weiter?

Zuerst mal gab es eine Umbesetzung der Band. Den Keyboarder Göran Walger hatte Diether mir empfohlen. Bei der Produktion von *Stadtstreicher* hatte ich inzwischen Wolfgang Niedecken kennengelernt und der gab mir einen guten Tipp für die noch fehlende Restbesetzung der Klaus Lage Band: Wolf Simon, Martin Engelen, Rocco Klein.

In Holland mieteten wir uns einen Raum mit Schlafmöglichkeit und probten sehr intensiv die neuen Songs für das nächste Album. Göran hatte die Musik für *1000 und 1 Nacht* geschrieben und brachte ein Demo mit. Und wir haben sehr lange am Arrangement gefeilt, bis die Nummer rund war. Im Studio haben wir später noch endlos an den Chören gebastelt und arbeiteten bis ins kleinste Detail am Song. Es wurde immer wieder verbessert und geprobt.

In dieser Zeit war Diether Dehm als Texter sehr produktiv und als Promoter sehr effizient.

Wir haben oft auf seinem Bauernhof zusammen gesessen und Ideen entwickelt, an Texten gearbeitet und Konzepte entworfen, so auch bei *1000 und 1*

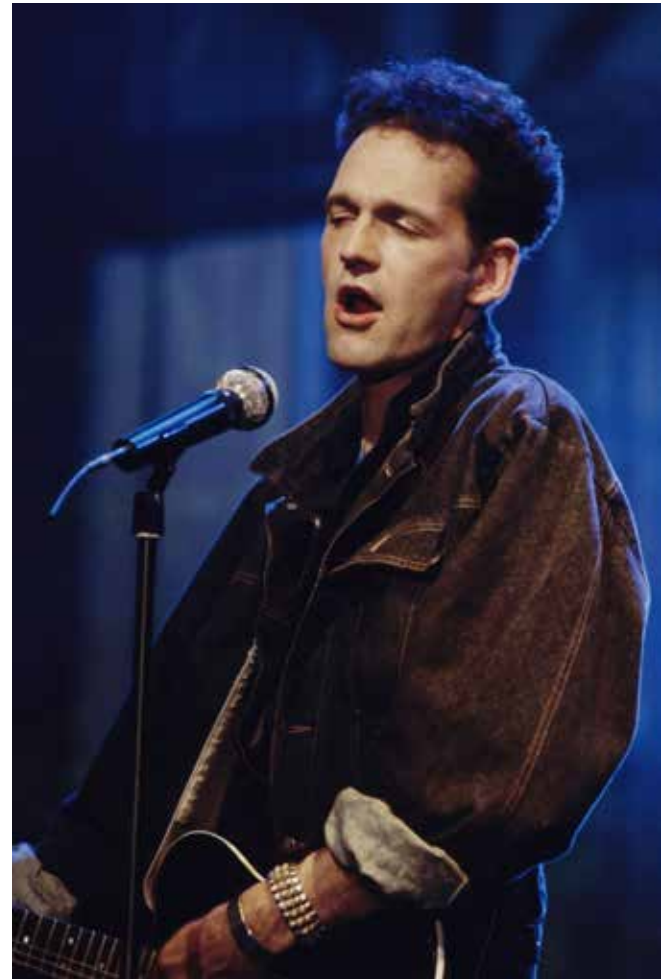


Abb.: Produzent und Musiker Wolf Maahn, 1986, © picture-alliance / picture alliance

Nacht. Ich gab immer wieder Hinweise und machte Vorschläge. Aber ich lag natürlich auch nicht immer richtig. Ein Beispiel: *Schweißperlen* ist heute einer meiner Lieblingssongs, als ich 1984 den Text zum ersten Mal las, sagte ich spontan: „Da macht man doch keinen Rocksong draus, ich bitte dich!“ Mit der Band haben wir dann eine Lösung gefun-



Abb.: Klaus Lage (Mitte) und Band in der ZDF-Hitparade, 1985 © picture-alliance / picture alliance



den und eine Ballade daraus gemacht. Das hatte ich zuerst so nicht gesehen; *Schweißperlen* wurde zum Schlüssel- und Titelsong meines bis heute erfolgreichsten Albums.

Damals hatten Diether Dehmen und ich eine sehr gut funktionierende Zweckgemeinschaft, die ich manchmal mehr als Freundschaft betrachtet hatte. Er schien das allerdings etwas rationaler zu sehen.

Mit *1000 und 1 Nacht* sind Sie ja richtig „durch die Decke“ gegangen und auch in der ZDF-Hitparade aufgetreten. Hatten Sie vorher Berührungängste?

Natürlich. Durch diesen Auftritt verloren wir in bestimmten Kreisen die Credibility. Für bestimmte Leute war man damit einfach erledigt. Wo man vorher noch ein rockiges Urgestein war, wurde man nun zum kommerziellen „Arsch“. Eine Zeitlang hat mich das durchaus berührt und geärgert. Kompromisslos bleiben kann man in dieser Branche aber nicht, man muss die Kompromisse auf einem anderen Niveau schließen. Es stört mich allerdings nach wie vor.

Selbst Udo Lindenberg, der ja schon längst in anderen Sphären lebt (und ich bin ein Fan von Udo), hat die letzte Kampagne mit *BILD* gemacht – ja, hallo?!

Aber zurück zu *1000 und 1 Nacht*. Obwohl die Nummer schon erfolgreich war, dauerte es, bis sie zum ersten Mal ins Fernsehen kam. Parallel dazu arbeiteten wir am Album: Von den zehn Nummern auf *Schweißperlen* waren neun richtig gut. *Wieder zu Haus*, *Schweißperlen*, *Monopoli* und natürlich *1000 und 1 Nacht* spiele ich heute noch sogar im

Soloprogramm. Der Song ist ja auch auf Karnevals- und Stimmungs-Samplern zu finden, und jeder kann mitsingen. Das ist ja nicht schlimm, schlimm ist nur, wenn man mich auf diesen einen Song reduziert. dann ist es ein Fluch, ansonsten Segen.

Die nächste große Nummer war *Faust auf Faust*!

Ja. *Schweißperlen* war eines der erfolgreichsten Alben des Jahres, gemeinsam mit jenen von Tina Turner und Herbert Grönemeyer. Während der Tournee verlieh uns die EMI eine Platin-Platte, alles ging Schlag auf Schlag. Der Druck, „was machen wir jetzt“, war natürlich sehr groß. Zu der Zeit kam es dann, dass die Bavaria aus Schimanski einen Kinofilm machen wollte, raus aus dem TV, rein ins Kino. Bei Bavaria Sonor überlegte man sich, wer dazu die Musik machen könnte, wer dazu passen würde, wer gerade großen Erfolg hatte. In diesem Fall waren wir das! Diether und ich machten einige Versionen des Titelsongs, erst gab es den Text, der dann vertont wurde, alles zugeschnitten auf die Figur Schimanski. Wir sollten aber nicht nur den Titel, sondern die gesamte Filmmusik machen. Dazu bekamen wir die Ausschnitte aus dem Rohfilm, die mit Musik unterlegt werden sollten. Nachdem *Faust auf Faust* fertig war, entnahmen wir dann einzelne Teile aus dem Song, spielten diese instrumental ein, wobei wir natürlich mit Variationen des Themas arbeiteten. Das machte wirklich Spaß und war für uns eine tolle neue Erfahrung.

Als *Faust auf Faust* fertig war, flog ich nach Berlin, um Götz George am Flughafen abzufangen und ihm auf dem Walkman das Lied vorzuspielen, es gefiel ihm. George war nämlich zuerst gar nicht da-



*Abb.: Plakat
zum Film Zahn
um Zahn mit
der Titelmelodie
Faust auf Faust,
in der Hauptrol-
le Götz George,
Regie Hajo Gies,
1985*



von überzeugt, diesen Film mit deutscher Musik zu unterlegen.

In einem Interview sagte Götz George: „Mit Schlagersängern hätte er noch nicht zusammengearbeitet.“

Ja, dieses Interview mit Götz George war auf der B-Seite der Single *Faust auf Faust*, die für Promotionszwecke an die Rundfunksender geschickt wurde, ein super PR-Gag! Der Film erreichte Millionen Zuschauer, und auch der Titelsong schlug ein. Sogar Gold haben wir für das Album *Heiße Spuren* bekommen. Zu der Verleihung gingen wir gemeinsam mit Götz George in eine Restaurant-Kneipe in der Zülpicher Straße in Köln. Pierre Littbarski war ebenfalls eingeladen, er hatte sich aber gerade an diesem Wochenende das Bein gebrochen und lag leider im Krankenhaus. Ich habe aber noch ein Trikot von ihm, denn die DFB-Nationalmannschaft hatte *Faust auf Faust* damals zu ihrem Lieblingssong gewählt.

Was machten Sie danach?

Wir produzierten ein Live-Album, damals eine der erfolgreichsten deutschen Live-Rock-LPs. Zwar mögen die Labels solche Platten nicht so gerne, da die Umsätze in der Regel geringer sind, aber für die Band ist das immer auch eine Erholungsphase, weil man keine neuen Songs aufnehmen muss, sondern einfach bei einem Auftritt ein Band mitlaufen lässt.

1987 kam *Amtlich* raus, und es gab dann den zweiten Kinofilm von Schimanski, *Zabou*. Diesmal wollte die Bavaria einen englischsprachigen Titelsong, so ist man auf Joe Cocker gekommen. Da aber Cocker so gut wie keine eigenen Songs macht,



Abb.: Single *Nie wieder Kind*, Lied zum Tatort-Kinofilm *Zabou*, 1987

schrieben wir die Filmmusik und *Nie wieder Kind*.

Ich verkrachte mich damals mit der Bavaria, weil ich auch die deutsche Version im Film haben wollte. Da war ich nicht kompromissbereit; und als es nicht klappte, gab es richtig Streit. Mir ging es gar nicht um kommerzielle Aspekte, ich fand aber, dass die deutsche Version auch zum Film gepasst hätte. Ich war immer der Meinung, Schimanski ist ein deutsches Thema, dass Cocker nun den Titelsong sang, war ja super für uns. Aber meiner Meinung nach sollte der Originaltitel auch im Film vorkommen. Mit meiner damaligen Beharrlichkeit habe ich mir wohl die eine oder andere Chance vermasselt.

*Abb.: Klaus
Lage Band
Tournée-Plakat,
1987*



Sie sind als Band auch in der DDR auf dem *Festival des politischen Liedes* aufgetreten. War es für die Veranstalter ein Problem, dass Sie Lieder von Wolf Biermann gesungen haben?

Auf *Amtlich* ist der Song *Ermutigung*, den wir Wolf Biermann zum 50. Geburtstag widmeten und mit sehr renommierten Musikern wie Albert Mangelsdorff, Wolfgang Dauner und dem BAP-Gitarristen Klaus „Major“ Heuser eingespielt haben.

Aber zum Festival: Oftmals ist die Kultur ein erster Brückenschlag, auch in die DDR, wo es das *Festival des politischen Liedes* gab, zu dem unser Verein Künstler in Aktion gute Verbindungen hatte. Kurz zuvor gab es aber noch einen Eklat um BAP, die über ihre Erfahrungen bei der Tourneeplanung durch die DDR einen Song geschrieben hatten: *Deshalv spill mer he*. Das Lied sollten sie von der Setliste nehmen, aber die Band weigerte sich, und so wurde die ganze Tournee einfach abgesagt!

Ungefähr ein Jahr später sollten dann auf dem *Festival des politischen Liedes* auch Künstler aus dem Ausland auftreten, wir als „Auslandskünstler“ am letzten Tag in der Parkaue. Es kamen 14.000 Leute, und für uns war das unglaublich aufregend, obwohl ich mich im Nachhinein schon benutzt gefühlt habe.

Das Ganze wurde mit Pressekonferenzen aufgebaut, was aber gar nicht meine Intention war. Ich bin zwar kein unpolitischer Mensch, aber das war schon ein bisschen befremdlich. Außergewöhnlich waren die Auftritte in Rostock, Schwerin, Berlin-Ost oder Chemnitz dennoch. Ich traf Katarina Witt, die zwar auf ein Konzert von uns gehen, allerdings nicht mit uns feiern durfte, weil sie am nächsten

Tag für eine Goldmedaille trainieren musste, die sie ja dann auch geholt hat.

Gab es Anfeindungen aus dem Westen, dass Sie im Osten aufgetreten sind?

Nein, jede Seite hat das für sich genutzt. Die west-deutschen Medien berichteten, Klaus Lage macht eine DDR-Tournee und singt Biermann-Lieder und die DDR-Organen verkündeten: Klaus Lage singt für Frieden und Freiheit.

Für uns war es eine tolle Erfahrung, aber man darf natürlich nicht glauben, dass wir nicht funktionalisiert worden sind.

Sie definieren sich ja nicht als Schlagertyp, werden aber heute auf WDR4 gespielt.

Ja, das passiert allen, die ins Alter kommen. Es werden dort sogar Lindenberg und Grönemeyer gespielt. Das ist der Gang der Dinge. Die Sparten-sender können heute nicht mehr nur Vicky Leandros und G.G. Anderson spielen, die Hörer sind auch mit den Kinks, den Beatles oder Led Zeppelin aufgewachsen und die möchten sie heute auch im Radio hören. Ich war immer ein Grenzgänger, ein „Lieder-Schlager-Rock-Macher“. Jetzt stört mich das nicht mehr, wo ich gespielt werde, denn es sind ja keine Idioten, die WDR4 hören. Und die von den anderen Programmen, die meinen, jetzt hip zu sein, freuen sich in ein paar Jahren vielleicht, einen Moderatoren-Job bei WDR 4 zu ergattern

Diese Unterscheidung zwischen Schlager und Nicht-Schlager wird eher im Marketingkatalog als im Musikalischen getroffen.





Es ist ja überhaupt keine Frage, dass *1000 und 1 Nacht* ein Schlager ist. Aber was ist denn ein Schlager? Ein erfolgreicher Song, ein Hit; und das ist *1000 und 1 Nacht* mit Sicherheit. Genauso ist *Whole Lotta Love* von Led Zeppelin ein Hit, also wenn man so will, auch ein Schlager. Bei den Amerikanern und Engländern gibt es zwar auch diese Unterscheidungen, aber sie haben weniger Berührungspunkte. Es gibt aber Richtungen, mit denen möchte ich nicht in einen Topf geworfen werden. Es existiert soviel verlogenes Scheißzeug, das zum x-ten Mal reproduziert wird und sich Schlager nennt, aber nur nicht erfolgreich ist und die Leute einfach nur einullt. Nichts für mich.

Während der Hitparadenzeit hatten wir einige Berührungspunkte mit Kollegen aus diesem Schlagermilieu: Einige Songs waren richtig gut und die Kollegen nett. Aber es gibt so ein paar Gestalten, da sieht man schon von Weitem, wenn die ihren Playbackauftritt im Fernsehen haben, wie die gequirelte Falschheit aus ihnen spricht. Aber damit muss ich mich ja nicht befassen und das tue ich auch nicht. Zum Glück muss ich bei diesen Veranstaltungen nicht mitmachen, obwohl es manchmal so Anfragen gibt. Würde es mir schlechter gehen, würde ich vielleicht auch mitmachen.

Aber von Anfang an sein Ding auf diese Verlogenheit aufzubauen, das wäre nicht meine Sache. Es gibt Künstler, die nur auf die PR-Maschinerie Yellow Press und jede Fernsehsendung setzen. Die verkaufen ihre Hochzeit und die Geburten der Kinder. Anfragen, die aus dieser Richtung kommen, lehne ich prinzipiell ab.

Abb.: Single Klaus Lage Band, 1984

In den letzten dreieinhalb Jahren war ich als Liedermacher auf Solo-Tour. Das hat den Leuten gefallen und mir gut getan. Für mich schließt sich da der Kreis meiner musikalischen Laufbahn. Ich muss nicht mehr unbedingt am großen Rad drehen. Dieses Jahr mache ich wieder was mit der Band. Ein paar Festivals und eine neue CD.

Oder ich mache mal einen Film.

Oder ein Musical?

Warum nicht? Das gäbe meine Geschichte sicherlich allemal her, aber dafür muss man starke Partner finden. Außerdem ist es nicht so einfach, jemanden zu finden, der so singen kann wie ich (lacht). Udo kann man relativ leicht nachmachen, und auch von Herbert hab ich schon mehr oder weniger gute Parodien gesehen.

Udo Jürgens finde ich auch gut. Er hält sich schon so lange im Geschäft, das ist sensationell. Seine Sachen sind ja – auf seine Art – auch kritisch, wir haben es nur etwas drastischer auf den Punkt gebracht. Früher hat man versucht, sich mehr abzugrenzen, und darauf bestanden, dass wir da sind, wo die Musik brennt. Aber auf lange Sicht gesehen ist es doch so, dass es sich relativiert.

Die zehn größten Schlagerinterpreten, könnten Sie sich da auf Namen einlassen?

Udo Jürgens ist mit Sicherheit mehr als ein Schlagerinterpret, Freddy Quinn und Conny und Peter als Teenageridole der fünfziger Jahre. Caterina Valente war auch richtig groß, aber sie nur als Schlagersängerin zu führen, wird ihr nicht gerecht. Ich habe sie Gitarre spielen sehen, live im US-Fernse-

hen am Broadway, die Hütte war voll. Wer also so dumm ist, sie auf Schlager zu reduzieren, der hat schlicht und ergreifend keine Ahnung. Sie konnte tanzen, singen, spielen, einfach alles.

Großartig war natürlich Peter Alexander mit seinem Schmäh, Bill Ramsey war auch eine Zeitlang sehr witzig, sehr zeitgeistig. Hildegard Knef hatte ebenfalls ein paar gute Schlager, aber eher Chansons. Mireille Mathieu ist hier sicherlich auch zu nennen, mit ihrer Frisur und dem frankophilen Touch. Ebenso klasse fand ich France Gall (singt).

Dann noch Gitta und Esther Ofarim, zwar ebenfalls eine Grenzgängerin, aber die Frau war gemeinsam mit ihrem Mann ein Knaller. Vielleicht noch Roland Kaiser. Heino ist natürlich sehr erfolgreich, bleibt aber für mich eine Reizfigur. Sein Auftritt mit Rammstein in Wacken, reines Marketing.

Wie finden Sie Rammstein?

Eine Riesenshow. Das hat was Teutonisches, dazu muss man stehen, ich finde es geradlinig, so martialisch ein Konzept durchzuziehen. Das Reduzierte an den Texten gefällt mir. Aber insgesamt ist mir Rammstein zu heftig.

Und was sagen Sie zu Peter Maffay? Der fehlte in der Auflistung.

Peter Maffay habe ich als Schlagersänger gar nicht wahrgenommen. In der Übergangszeit hat er es bei mir schwer gehabt. Aber er hat den Spagat zwischen Schlager und Rock geschafft. Er ist natürlich eine ganz dicke Nummer. Angenehmer Kollege und ein echt guter Sänger. Und seine Band ist Klasse.

Verfolgen Sie die aktuelle Schlagerszene? Könnten Sie etwas zu Helene Fischer sagen?

Sie bietet alles, um Erfolg zu haben. Sie sieht gut aus, kann gut singen und versucht über die Schlagerschiene hinaus zu kommen. Ich glaube, sie hat das Zeug, sich auch international durchzusetzen. Schreibt sie ihre Lieder selbst?

Nein, Kristina Bach oder Jean Frankfurter schreiben für sie.

Ok, aber ich sehe lieber Helene Fischer im Fernsehen als diese andere, die auch so irrwitzig erfolgreich ist

Meinen Sie Andrea Berg?

Genau.





Hier ist Musik drin.

www.stadtmarketing-gronau.de

Lenis

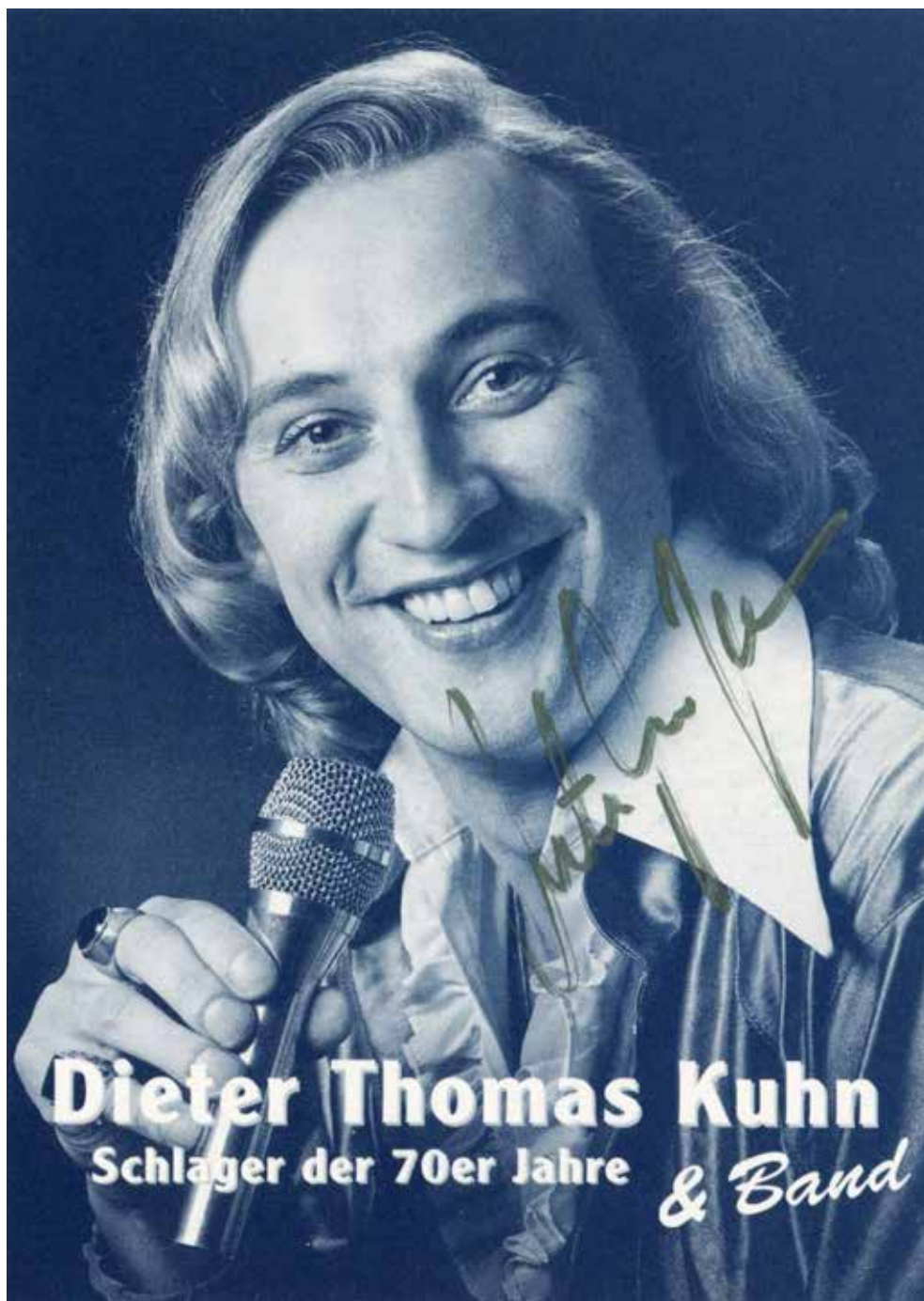
K A F F E E M A N U F A K T U R

VIDERO®
your ideas on screen ●●●●

Zukunft des Marketing

*Werbe-Bildschirme
und Anzeigesysteme
mit Touchfunktion
für den interaktiven Verkauf*





Dieter Thomas Kuhn

Als „singende Föhnwelle“ ist Dieter Thomas Kuhn (* 17. Januar 1965 in Tübingen als Thomas Kuhn) ab Mitte der Neunziger durch seine modern arrangierten Schlager-Cover populär geworden. Mit seiner ihn stets begleitenden Band präsentiert er vor allem Schlager der siebziger Jahre in einem neuen musikalischen Gewand. Das dritte Album *Wer Liebe sucht* schaffte es 1998 sogar auf Platz 2 der deutschen Albumcharts. Auf der Kinoleinwand zeigte sich Kuhn in *Der Trip – Die nackte Gitarre 0,5* (1995) an der Seite von Esther Schweins. 1999 beendete Kuhn (zunächst) seine Schlagerkarriere, um sich musikalisch mit dem Projekt Kuhn Null/Eins neu zu orientieren. Er startete aber fünf Jahre später ein grandioses Comeback in der Stuttgarter Hanns-Martin-Schleyer-Halle und knüpfte damit nahtlos an seine früheren Erfolge an.



„... ein bisschen mit den Schlagerklischees brechen“

Dieter Thomas Kuhn im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Thomas, wie definierst Du Schlager?

Schlager ist bei den meisten Menschen ein Begriff, der eher negativ behaftet ist, auch bei mir. Dies stammt noch aus meiner Jugendzeit, da war Schlager für jemanden, der etwas auf sich hielt, verboten. Ich wuchs mit Cat Stevens, 10cc und anderen auf und hatte mit diesem Genre nichts am Hut. Schlager war für mich etwas für die „einfachen“ Menschen. Aber in den letzten zwanzig Jahren musste ich meine Meinung revidieren und habe festgestellt, dass ein Schlager eben auch etwas anderes sein kann als ein Lied für ältere Herrschaften, nämlich ein guter Popsong.

Warum habt ihr dann als Dieter Thomas Kuhn und Band ausgerechnet den Schlager der siebziger Jahre wiederbelebt?

Für uns war das Konzept und Provokation zugleich, die wir uns als Rock- und Soulmusiker vorgenommen hatten. Mit unseren eigenen Sachen waren wir damals nicht erfolgreich und hatten bemerkt, dass sich die Schlagerszene ungeheuer ernst nimmt. Also sind wir auf die Idee gekommen, Schlager auf unsere Art aufzubereiten und etwas zu tun, was als verboten galt. Für einen ernstzunehmenden Musiker war es eigentlich untersagt, etwas in diese Richtung zu probieren. Aber wir haben uns gesagt, das könnte Spaß machen, ein bisschen provozieren, ein bisschen mit den ganzen Schlagerklischees brechen. So sind wir zum Covern gekommen.

Kann man sagen, dass ihr Teil einer Bewegung wart, die Anfang der Neunziger einer großen Schlagerbegeisterung folgte?

Ja, und wenn ich zurückblicke, denke ich sogar, dass wir Vorreiter dieser Bewegung waren. Wir haben uns am Anfang ja nicht nach anderen gerichtet, sondern haben selbst etwas erfunden. Dass Guido Horn weiter nördlich zu diesem Zeitpunkt das Gleiche machte, wussten wir gar nicht. Es war Zufall, dass wir erfuhren, in Köln gebe es auch noch jemanden, der alte Schlager spielt.

Heute benötigt man für Schlageraufnahmen kein Orchester mehr. Gängige Schlagerinterpreten wie Andrea Berg machen heute alles am Computer. Kann man sagen, dass der Schlager der Siebziger musikalisch besser war als das, was heute passiert? Ist das auch der Grund dafür, warum ihr die musikalische Grenze Eures Repertoires in den Achtzigern setzt?

Ganz bestimmt, ich bin aber über den heutigen Schlager nicht besonders gut informiert. Andrea Berg oder Helene Fischer kenne ich natürlich, aber das ist alles elektronisch aufgearbeitet, ein typischer Schlagersound, der zwar die Szene prägt, den ich aber für inakzeptabel halte, um Musik zu machen. Alles ist sehr gleichförmig und mein Interesse ist, was diese neue Richtung betrifft, relativ gering.

Für uns ist klar, wir arbeiten nur mit den Schlagerliedern der siebziger und frühen achtziger Jahre. Vor allem, weil die Songs – im Nachhinein betrachtet – zum Großteil Popsongs sind. Sie besitzen einfach eine musikalische Qualität, die vielleicht lange nicht so gesehen wurde.

Schauen wir uns z.B. Peter Maffays *Es war Sommer* an, ein großartiger Song. Man kann dazu Schlager



Abb.: Aushangfoto zum Film Der Trip – Die nackte Gitarre 0,5 mit Dieter Thomas Kuhn in der Hauptrolle, 1996

sagen, oder auch nicht, es bleibt ein gutes Lied. Wir haben uns die Lieder rausgesucht, bei denen wir dachten: Das sind gute Songs.

Gehst du zu Konzerten von Peter Maffay?

Ich war mal bei einem, weil mich Fritz Rau, der Peter Maffay lange begleitete, eingeladen hatte.

Ich konnte schlecht nein sagen und habe daher Peter Maffay ‚livehaftig‘ miterlebt.

Du singst mit Vorliebe Lieder von Interpreten, die ihren Akzent betonen, z.B. Howard Carpendale oder Bata Illic. Wie erklärst du dir die Beliebtheit deutscher Schlagers, die von ausländischen Künstlern gesungen werden?

Sie prägten die Schlagerlandschaft der siebziger Jahre maßgeblich, mehr als die hochdeutsch singenden Interpreten, und haben den Schlager jener Zeit eigentlich populär gemacht.

Kann der Akzent mit Weitläufigkeit gleichgesetzt werden?

Ja, vielleicht gab es damals eine Zeit, wo eine Art Sehnsucht nach dem Fremden oder Neuen herrschte.

Wie triffst du deine Liedauswahl, gibt es da bestimmte Prinzipien? Warum habt ihr beispielsweise den Song *Rocky* nicht in eurem Programm?

Wir haben *Rocky* aber schon aufgenommen! Wir spielen Songs aber nicht live, wenn Sie nicht anders oder – und – sogar besser als das Original sind. Bezeichnenderweise ist es heute so, dass wir Songs spielen, die wir zwar aufgenommen, aber nie geprobt haben, weil wir sie im Live-Betrieb nie zufriedenstellend umsetzen konnten. Jetzt haben wir es versucht und plötzlich funktioniert es. *Pasadena* oder *Die Zeit macht nur vor dem Teufel halt* haben wir nie live gespielt, jetzt sind sie aber in unserem Repertoire, weil wir gemerkt haben, dass die Zeit dafür reif ist. *Rocky* ist auch so ein Fall.

Du singst viele Titel, mit denen frühere Tabus gebrochen wurden, z.B. *Du hast keine Tränen mehr*, wo es um Selbstmord geht oder in *Es war Sommer* um die Entjungferung eines Mannes durch eine reifere Frau oder *Conny Kramer*. Was reizt Euch so an diesen Nummern?

In den ersten Jahren nahmen wir oft Titel, die ein bisschen lebensfroher als diese kritischen Schlagertexte waren. Bei genauerem Hinsehen merkten wir aber, dass wir einiges verpasst hatten und nun stellten fest, dass es Songs aus den Siebzigern gibt, die wir noch nicht probiert haben. Vor zwanzig Jahren wollten wir aber provozieren, da wäre *Conny Kramer* vielleicht das falsche Lied gewesen.

Das sind vielleicht auch Titel, bei denen man nicht nach Herzenslust mitsingen kann, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben. Dennoch tun es die Menschen, das ist schon komisch. Vom Musikalischen her kann man trotzdem fröhlich mitsingen.

Welche Rolle spielt das Publikum in eurem Leben?

Das Publikum nimmt von der ersten Stunde an mindestens die Hälfte des Wichtigkeitsfaktors ein. Denn ein Konzert funktioniert nur mit Publikum. Keine musikalische Darbietung – egal wie anspruchsvoll – funktioniert, wenn die Zuhörer fehlen. Wenn die Berliner Philharmoniker vor leerem Haus spielen würden, hätten die Musiker keinen Spaß.

Die Menschen, die zu uns kommen, feiern eine Party mit großer Ausgelassenheit und nicht gespielter Fröhlichkeit. Bei der Bearbeitung der letzten DVD ist mir aufgefallen, wie glücklich und fröhlich die Gesichter der Menschen sind, für die wir spielen. Da ist mir seit Langem mal wieder klar geworden, warum wir das alles machen, nämlich für Menschen, die Spaß an Schlagern haben, und das macht mir persönlich dann auch unheimlich Freude.



Das Image von Schlagersängern ist von großer Bedeutung für deren Erfolg. Ein positives Beispiel hierfür ist Udo Jürgens, der heute als erfolgreicher Komponist gilt. Als Negativbeispiel könnte man Heintje heranziehen, dem immer noch das Bild des Kinderstars anhaftet. Welche Bedeutung hat dein Image für deinen Erfolg?

Wenn Du auf einer Bühne stehst, hast Du zunächst immer das Image Popstar oder Schlagerstar. Aber kurz zu Udo Jürgens: Ihm stellte ich mich vor, aber er kannte mich bereits und sagte zu seiner Begleitung – vielleicht war es der Manager – „Schau mal, das ist der, der meine

Lieder singt.“
Das Lustige war, dass er just an diesem Abend eine Laudatio auf Michael Kunze hielt, der die meisten seiner Liedtexte geschrieben hat. Udo Jürgens machte in den meisten Fällen „nur“ die Musik, die Texte kamen von anderen. Das ist eine Arroganz, die er immer noch an

den Tag legt, von der ich eigentlich dachte, dass man darauf in seinem hohen Alter doch verzichten könne. Ich fand ihn nicht sonderlich sympathisch. Ich glaube, er dreht sich um sich selbst, und ich glaube auch, dass es nie anders war. Sein

Image korrespondiert nicht damit, wie er tatsächlich ist und was er im Schilde führt. Image ist natürlich immer das, was nach außen hin wahrgenommen wird. Ich

selbst habe mir ein Image zugelegt. Ich habe Schlager nur singen können, indem ich mir eine Frisur gemacht habe, die in diese Richtung ging, und mich passend gekleidet habe. Ich glaube, ich hätte die Schlager nicht in Jeans und T-Shirt singen können. Ich brauchte daher vom ersten Tag an eine Verkleidung, damit das Projekt überhaupt funktionierte. Man darf ja nicht vergessen, dass wir zu Beginn die Ironie im Schlager sahen und diese zeigen wollten, ohne dass dabei jemand verletzt oder verarscht wird. Dazu benötigte ich ein anderes Image, eine Verkleidung, etwas anderes als das, was ich wirklich bin. Inzwischen begleitet mich die Figur „Dieter Thomas Kuhn“ so lange, dass ich, selbst wenn ich die Fönwelle trage, nicht mehr genau erkenne, wer da jetzt eigentlich drin ist. Das hat sich bei mir verändert, ich bin rund um



Abb.: Bühnenkleidung Dieter Thomas Kuhn,
Dieter Thomas Kuhn



*Abb.: Plüschtier-
Sessel von Dieter
Thomas Kuhn,
Dieter Thomas Kuhn*



die Uhr, 24 Stunden Dieter Thomas Kuhn. Auch für die Leute, die mich ohne Bühnenoutfit kennen, bin ich trotzdem der Dieter, das hat sich in den Jahren verwischt. Die Leute kennen mich auch ohne Fönwelle, lieben es aber trotzdem wenn ich sie trage, das ist ganz komisch.

Was ist dein persönlicher Lieblingsschlager?

Es war Sommer ist nach wie vor eines der Lieder, die ich am meisten schätze. Ich habe mich bereits während der Hitparadenzeit immer sehr gefreut, wenn Peter Maffay dort auftrat. Und dieses Lied über die ältere Frau beeindruckte mich sehr und das hat sich bis in die heutige Zeit transportiert. Ich hoffte, dass es mir auch irgendwann einmal so ergeht. In der Tat ist es mir später auch gelungen, mit einer Frau, die älter war als ich, das Gleiche zu erleben. Deswegen halte ich diesen Song für einen Jahrhundertsong.

Wie gefällt dir die andere Version von Dalida, *Er war gerade 18 Jahr*?

Genauso schön, rührend. Das Lied ist aber nicht so populär geworden.

Du warst einmal mit einer Single in den Charts. Hat es für Dich eine Rolle gespielt, in die Charts zu kommen?

Nein, weil wir nie Erwartungen in unsere Tonträger hatten. Wir haben mit zwei Alben Goldstatus erreicht, als Gold noch Gold war und wirklich 250.000 verkaufte Platten bedeutete. Mit den Alben, die wir mit Warner Music machten, waren wir ein knappes Jahr in den Charts. Erwartet hatten wir das nicht, es war eher ein Spielchen, Woche für Woche zu sehen, ob wir noch drin sind oder schon draußen. Es war nie von Bedeutung, ob wir mit einer neuen Single einsteigen. Wichtiger war es, dass unsere Fans von der Single Kenntnis nahmen und wir den Song im Live-Modus präsentieren konnten.

Heute spielen die Charts kaum noch eine Rolle.

Im kommerziellen Sinne schon. Bei einem ersten Platz verdient man mehr als bei einem fünften. Reich werden kann man mit Tonträgern aber nicht mehr. Herbert Grönemeyer schafft das noch.

Aber er ist ein Phänomen. Wenn er eine

Platte veröffentlicht, verkauft er 1,5 Millionen Stück. Warum? Er hat einfach ein treues Klientel, Menschen, die weniger illegal downloaden und ihr Haus kaum verlassen. Und wenn er etwas Neues macht, dann holen sich die treuen Fans die CD. Das ist aber – leider – die Ausnahme.



Abb.: Die Goldene Stimmgabel, verliehen an deutschsprachige Interpreten nach Verkaufszahlen, 1997, Dieter Thomas Kuhn

Große Erfolge von dir waren *Über den Wolken* oder *Gute Nacht, Freunde*. Der Autor dieser Stücke, Reinhard Mey, meint aber, er singe gar keine Schlager. Siehst Du auch einen Unterschied zwischen Schlagerautoren und Liedermachern?

Ja, die gibt es schon. Ich würde Reinhard Mey nie als Schlagerfuzzi – für mich kein Schimpfwort – betiteln. Ich betrachte ihn eher als Liedermacher. Vielleicht wehrt er sich auch zu recht, in die Schlagerrecke gedrängt zu werden. Es sind beides eigene Genres und sollten eigentlich nicht vermischt werden.

Als Ende der 1990er Jahre das Schlagerrevival zu Ende ging, hattest du dich eigentlich dazu entschlossen, das Projekt Dieter Thomas Kuhn an den Nagel zu hängen. Du hast dich mit dem 01-Projekt probiert, dann aber entschieden, DTK doch weiter zu führen. Kannst du erläutern, wie es dazu kam? Warst du überrascht, dass die Konzerte wieder voll waren?

Ich war wahnsinnig überrascht, dass nach fünf Jahren Ausstieg das Interesse ungebrochen war. Damit haben ich und die Band nicht gerechnet, aber es hat mich sehr gefreut.

Das 01-Projekt (Null Eins Kuhn) sollte eigentlich eine Art Umstieg auf eine andere Musik werden. Bei der Plattenaufnahme, die sich im Bereich des Deutschrock bewegte, hatten wir zwar viel Spaß, auch bei der Kooperation mit den neuen Songwritern. Wir sind dann auch in den Live-Betrieb gegangen, haben dann aber sehr schnell festgestellt, dass wir an der Art der Präsentation scheitern, denn die ganze Band und ich hatten den Spaß am Musikmachen verloren. Wir merkten, das gehört nicht zu uns, obwohl wir die Songs ausgewählt und produziert hatten. Es war auch nicht ausschlaggebend, dass wir keinen großen Zulauf hatten, den hatten wir gar nicht erwartet. Allein entscheidend für das Ende des Projekts war, dass wir keine Lust hatten, in einer Musikwelt Bestand zu haben, wo wir plötzlich mit Pur verglichen wurden. Das war wohl





zu viel des Guten, sodass die einzige Konsequenz war, es sein zu lassen.

Da gab es dann aber noch lange nicht den Gedanken an eine Rückkehr von Dieter Thomas Kuhn und seiner Band. Es gab einige andere Projekte, die ich schon immer verwirklichen wollte – z.B. Cat Stevens- und Johnny Cash-Songs aufnehmen – und das habe ich in dieser Pause gemacht.

Die Idee zur Rückkehr von Dieter Thomas Kuhn kam erst 2004, als ich über Nacht plötzlich das Gefühl hatte, ich muss noch ein oder zwei Konzerte mit der alten Truppe geben, irgendwas hat mich bewegt. Immer wieder kamen auch Fans auf mich zu und meinten: „Mensch Dieter, macht wieder was, es fehlt was.“ Lange hat mich dies kalt gelassen, bis mich eines Morgens dieses Gefühl packte. Ich traf mich mit der Band und wir überlegten gemeinsam, was wir machen könnten. Schließlich kam die Idee, das Revival da starten zu lassen, wo wir aufgehört hatten, nämlich in der Stuttgarter Martin-Schleyer-Halle. Vielleicht war das etwas größenwahnsinnig,

aber als der Vorverkauf losging, merkten wir, dass es die richtige Entscheidung war.

Was bedeutet für Dich die ZDF-Hitparade?

Die Hitparade ist ein großer Teil meiner Fernsehkindheit. Ich war damals sechs oder sieben Jahre alt, Fernsehen war limitiert, doch am Samstagabend gab es ein familientaugliches Programm: die Hitparade. Sicherlich wurde damit musikalisch für mich ein Grundstein gelegt. Damals interessierte man sich in dem Alter noch nicht für Rock- und Popmusik. Daher waren dies sicherlich meine ersten und vor allem wichtigen Berührungen mit populärer Musik. Schließlich merkte ich ja, wie viel Text und Melodie aus dieser Zeit hängen geblieben ist, obwohl man sich als Jugendlicher extrem davon distanzierte.

Abb: Aushangfotos zum Film Der Trip – Die nackte Gitarre 0,5 mit Dieter Thomas Kuhn in der Hauptrolle, 1996





Hans-Ulrich „Ulli“ Weigel

Rocky, Kreuzberger Nächte und *Am Tag, als Conny Kramer starb* gehören zu den größten Erfolgen von Hans-Ulrich „Ulli“ Weigel, der am 13. November 1944 in Eberbach am Neckar das Licht der Welt erblickte. Zwar gründete er in den sechziger Jahren seine erste Rockband (Das Amadeus Quartett), die Musikindustrie entdeckte ihn jedoch nicht als Musiker, sondern als am Puls der Zeit agierenden Textdichter und Produzenten. Er hat für Juliane Werding, Frank Farian, Peter Maffay und viele andere Größen – und kommende Stars – des deutschen Schlagers wundervolle und oftmals berührende Texte geschrieben. Neben seiner Arbeit als Schlagertexter verfasst Ulli Weigel seit einigen Jahren auch Drehbücher.



„Eigene Gedanken, die den Nerv
der Menschen treffen“

Hans-Ulrich „Ulli“ Weigel im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Eine Platte von Joachim Witt heißt *Pop*. Joachim Witt singt allerdings in deutscher Sprache, also hätte er diese Platte auch *Schlager* nennen können. Was ist für Sie, Herr Weigel, der Unterschied zwischen Pop- und Schlagermusik?

Ein Schlager war früher das, was wir heute einen Hit nennen. Irgendwann wurde aus dem Schlager eine Gattung und Hits waren Spitzenschlager, aber eigentlich sind das alles Worthülsen. Wenn mir ein Lied gefällt, muss es nicht unbedingt ein Schlager sein, es kann auch ein Chanson oder eine Rocknummer sein. Das Wort Schlager hat heute keine besondere Bedeutung mehr. Es gibt aber eine ganze Generation von Leuten, die allergisch auf das Wort Schlager reagieren. Für sie ist das etwas Altmodisches, etwas von gestern, und sie können mit dem Wort und der dazugehörigen Musik gar nichts anfangen.

Haben Sie dafür eine Erklärung? Die ganze Stimmung kippte ungefähr Anfang der 1970er Jahre, da wurde dieser Begriff für viele plötzlich zum Feindbild.

Weil im Schlager so viele Klischees steckten: das Traumboot der Liebe, soviel Herz und Schmerz. Wenn man aber englische Titel einmal bewusst übersetzt, dann fällt auf, dass sich die Texte ziemlich ähneln. In Deutschland verstehen viele jedoch die englischen Texte nur unzureichend. Daher lässt man den Inhalt an sich vorbeiziehen und hört eigentlich nur der Musik zu und versucht, dem vermittelten Lebensgefühl nachzuspüren. Die Texte werden einfach ausgeblendet. Wenn man aber einen deutschen Schlager hört, dann muss man sofort Stellung beziehen, insbesondere was den Text

anbelangt. Gefällt er mir oder nicht, ist er eine Schnulze oder nicht.

Wie groß war der amerikanische Einfluss auf ihre Arbeit? Sie feierten auch mit Adaptionen amerikanischer Titel Erfolge.

Ich war von diesen typischen deutschen Schlagern ja selbst angewidert, fand sie eigentlich auch zum Abgewöhnen und wollte alles besser machen. Das Lebensgefühl, das in den amerikanischen Songs rüberkommt, fand ich besser. Ich wollte dasselbe in deutscher Sprache haben. Die Jungs meiner eigenen Band in Süddeutschland konnten zudem kein Englisch, was ich gut fand: So konnte ich deutsche Texte schreiben. Ich fing an, auf die Musik der Beach Boys, das war damals meine Lieblingsband, deutsche Texte zu schreiben. Ich versuchte, das amerikanische Lebensgefühl dieser Songs auf unsere Verhältnisse zu übertragen.

Die Erfolge mit der ersten eigenen Band waren eher bescheiden?

Das stimmt! (lacht) Die waren sehr bescheiden. Wir nahmen im Proberaum einen Song von den Beach Boys auf, den wir auch auf der Bühne schon spielten und der im Original *Long Tall Texan* hieß, mit dem deutschen Text *Der lange Toni* auf, sehr urwüchsig und leicht kabarettistisch, und schickten diesen an das Hansa-Label. Die fanden den Song witzig und wollten ihn mit uns aufnehmen. Außerdem wollten sie wissen, was ich sonst noch so machte. Bis dato hatte ich schon fast alle Beach Boys-Hits eingedeutscht, dazu Stücke von anderen Gruppen. Ich schickte alles an Hansa und sie luden mich zu einem Gespräch nach Berlin ein, wo sich



dann herausstellte, dass sie gar nicht an der Band, sondern an meinen Texten interessiert waren.

Wie alt waren Sie da?

Ich war 22. Angefangen habe ich mit dem Übersetzen der Texte bereits während meiner Bundeswehrzeit. Ich hatte damals soviel Freizeit wie später nie wieder.

Wie lange dauerte es noch, bis Sie das erste Mal in den Charts waren?

Das dauerte noch eine ganze Weile. Zuerst musste ich lernen, mein Hobby zu professionalisieren. Peter Meisel, der damalige Chef von Hansa, bot mir daher an, meine Lehre als Verlagskaufmann (aus dem Musikgeschäft meines Vaters war ich rausgefliegen, weil es ihm nicht passte, dass ich mit meiner Band diese Art von Musik machte) bei Hansa zu beenden. Dort könne ich die richtigen Kontakte aufbauen und mich in die Arbeit als Schlagertexter einarbeiten. Das habe ich dann gemacht.

Wie war das Gefühl, als Sie in die Charts kamen?

Es dauerte zwar zwei Jahre, aber es war toll. Dabei ging es nicht so sehr um die Verkaufszahlen oder das Geld, sondern um das Gefühl, dass die eigenen

Gedanken, die man in Musik umgesetzt hat, den Nerv der Menschen treffen und ankommen.

Sie sind als Textdichter ja eher ein Mensch, der im Hintergrund arbeitet. Hatten Sie manchmal das Bedürfnis, auch auf der Bühne zu stehen oder waren Sie zufrieden, wie es lief?

Das war unterschiedlich. Als ich mit meiner eigenen Band begann, da zogen die anderen – sportlichen – Jungs eher die Aufmerksamkeit auf sich, das ärgerte mich schon. Daher habe ich einen gewissen Ehrgeiz entwickelt etwas Besonderes zu machen, um groß rauszukommen und beliebt zu werden.

Als Texter war ich aber froh, eher im Hintergrund zu bleiben. Das hatte außerdem den Vorteil, dass ich für ganz verschiedene Leute arbeiten konnte und in unterschiedlichen Genres tätig war. Als Künstler auf der Bühne hätte ich bei einer Schiene bleiben müssen.

Können Sie Ihre Arbeitsweise beschreiben?

Früher saß in der Plattenfirma ein Produzent, der einen Künstler an der Hand hatte und etwas mit ihm machen wollte, ihn aufbauen. Der kannte dann ein paar Komponisten, Textdichter, einen Arrangeur



Abb.: Single HANSA-Records



*Abb. links: Frank Farian
in der ZDF-Hitparade,
Ende der siebziger Jahre
© picture alliance /
Keystone*

*Abb. rechte Seite: Peter
Orloff, 08.12.1970. An
diesem Tag bekommt
er zusammen mit Peter
Maffay und Michael
Kunze die Goldene
Schallplatte für Du.
© picture alliance /
Georg Goebel*



und sagte: „Das ist Ricky Shayne, wir wollen jetzt eine neue Single machen, ich habe da diese und jene Vorstellung, lasst Euch mal was einfallen.“ Man setzte sich dann in kleinen Teams zusammen, entwickelte Ideen, nahm Demos auf oder der Komponist spielte es am Klavier vor usw. Irgendwann war dann das Richtige dabei, das nahm man auf und entweder war es ein Hit oder ein Flop. Damals gab es noch Produzenten, die verantwortlich waren, wenn das Ding in den Keller ging oder gut wurde. Bei Hansa gab es z.B. auch Leute, die *Am Tag als Conny Kramer starb* von Juliane Werding ganz schrecklich fanden und sagten: „Das wird nie was.“ Auch bei *Rocky* und Frank Farian waren die Meinungen sehr geteilt. Aber einer setzte sich durch und sagte zu Peter Meisel: „Ich finde das gut, ich mache das.“ Und dann wurde es ein Hit.

Zurück zu *Rocky*. Peter Meisel drückte mir einmal eine Platte in die Hand, *Rocky* von Jay Stevens. Meisel meinte, ich solle doch mal einen richtig harten Text machen, um die deutsche Version mit Bernd Clüver aufzunehmen, den damals Peter Orloff produzierte. Daraufhin machte ich einen harten Text. Privat war ich nämlich damals in einer schwierigen Phase, ich hatte mich von meiner ersten Frau getrennt und hatte eine kleine Tochter, irgendwie kam da alles zusammen. Aus dem Ganzen machte ich ein Minidrama: Die Frau stirbt, zurück bleibt der Mann mit seinem kleinen Kind. Peter Meisel fand den Text gut und ging damit zu Bernd Clüver und Peter Orloff ins Studio. Ich war aber nicht dabei. Eine Woche später rief ich Peter Orloff an, um zu fragen, wie es gelaufen sei. Der fing sofort an zu schimpfen, das sei ein Scheißtext, den könne man gar nicht singen, man

hätte die Aufnahme abgebrochen, das Ding könne ich vergessen. Tja, im Normalfall wäre der Text in der Versenkung verschwunden. Denn, wenn so was „maßgeschneidert“ wurde und der Interpret wollte den Text dann nicht singen, oder es passte nicht, dann ist es eigentlich so, als hätte ein Tischler einen falschen Tisch gebaut.

Zur gleichen Zeit baute ich mir in Berlin ein eigenes Studio auf, alles noch ziemlich provisorisch. Trotzdem feierte ich eine Studioeinweihung und lud einige Leute aus dem Verlag ein, um dort einmal singen zu lassen. Ich ließ dann jemanden das Demo von *Rocky* singen und baute als Frauenstimme die Sekretärin aus Peter Meisels Verlag ein. Dieses Demo bekam bei einem Besuch Frank Farian in die Finger und sagte: „Mensch, das möchte ich singen.“ Er war damals noch ziemlich unbekannt, hatte aber eine eigene Diskothek im Saarland. Er rief mich an und erklärte mir aufgeregt: „Stell Dir vor, ich habe morgens um fünf *Rocky* reingelegt, als die Putzfrauen da waren und alle haben geweint.“ Anschließend nahm er das Lied auf und verkaufte auf einen Schlag 800.000 Platten.







Für heutige Verhältnisse ist *Rocky* eine Schnulze, damals war es ein harter Text. So ändern sich die Zeiten.

Welcher ist Ihr Lieblingsschlager und warum?

Momentan finde ich Peter Fox' *Haus am See* und *Schwarz zu Blau* toll. Das sind einfach gute Texte, die hätte ich heute auch so geschrieben, wenn ich in dem Alter wäre.

Peter Fox drückt damit ein Lebensgefühl aus. Ich bin jetzt Mitte 60, wenn ich heute ein Stück schreiben würde, würde ich das Lebensgefühl meiner Generation beschreiben. Ich täte mich schwer damit, einen Text zu verfassen, der dem Lebensgefühl eines 25- bis 30-Jährigen nahekäme. Aber bei Leuten wie Peter Fox sehe ich das im Moment am ehesten, da merkt man, es kommt aus seinem Bauch.

Ein wichtiges, wenn nicht sogar das wichtigste Thema im Schlager ist die Liebe. Welche Rolle spielt dieses Thema in ihren Liedern?

Letztlich ist auch *Conny Kramer* ein Liebeslied, ein Minidrama. Eine junge Frau, die versucht Sympathien für einen Außenseiter zu gewinnen. Als er stirbt, bringt sie die Leute dazu, mit einem Menschen, den sie normalerweise als Außenseiter betrachten, mitzufühlen.

Liebe ist sicherlich in vielen Schlagern ein Thema, aber ich habe immer versucht, es etwas anders zu machen. Manchmal ist es mir gut gelungen, manchmal eben nicht. Natürlich habe ich auch Auftragsarbeiten gemacht, von denen ich mir hinterher sagte, dass es eigentlich nicht das ist, was ich mag.



Abb. links: Single Peter Fox: Schwarz zu Blau, 2009

Abb. oben: Single Frank Farian: Rocky, 1976

Abb. unten: Single Juliane Werding: Am Tag als Conny Kramer starb, 1972

Gab es bei Textdichtern Vorbilder für Sie? Vielleicht Kurt Feltz, der angeblich zehn Lieder am Tag schrieb?

Nein, eher nicht. Bei denen aus den fünfziger Jahren habe ich mir eigentlich gesagt, so machst du es nicht.

Und aus den zwanziger oder dreißiger Jahren? Robert Gilbert?

Na ja, das war vielleicht ein bisschen kabarettistisch. Friedrich Hollaender aber, der gefiel mir gut. Udo Lindenberg nahm ja auch einige Sachen von ihm auf. Aber ich kümmerte mich damals nicht besonders um diese „alten“ Sachen, sondern machte eher mein eigenes Ding.

In den Texten von Ihnen und Udo Lindenberg gibt es ja einige Parallelen, z.B. was den Einsatz von Jugendsprache anbelangt. Haben Sie sich mit ihm einmal ausgetauscht?

Ich fand Udos Musik gut und habe ihn nach seiner ersten Single *Hoch im Norden* angesprochen, ob wir nicht mal was zusammen für Juliane Werding schreiben könnten. Darauf hat er mich in meiner Berliner Wohnung besucht. Wir haben ein kleines Demo am Klavier aufgenommen, es hieß *Ein seltsamer Mensch*. Leider hab ich es damals nicht aufgehoben. Als ich es Julianes Produzenten Peter Meisel vorspielte, reagierte der sehr skeptisch und meinte, Udo habe ‚kein Talent‘. Während der Demo-Arbeit haben wir auch über eine Textidee von mir gesprochen: einen Song über eine Liebesgeschichte zwischen einem West-Mann und einem Ost-Mädchen. Ungefähr zwei Jahre später kam

dann Udos Lied *Mädchen aus Ost-Berlin* auf den Markt. Er hatte sich wohl meine Textidee gemerkt. Ich war ihm deswegen aber nicht böse, sondern habe es mit Humor genommen.

Lindenberg sagt, dass das Lied auf einer wahren Begebenheit beruht.

Ja, das sagen alle. Auch wenn er es bei jeder Gelegenheit erwähnt, es läuft doch so: Man macht ein Stück und wenn es gut läuft, braucht man eine tolle Geschichte für die Promotion, am besten eine aus der Biografie. Bei Juliane Werding war das doch auch so. Sie sagte, sie hätte einen in ihrer Schule gekannt, der am Drogenkonsum gestorben sei. Aber das muss nicht immer stimmen.

Wenn Sie die siebziger Jahre, Ihre Hochphase, mit der heutigen Zeit vergleichen, sind die aktuellen Produktionen im Vergleich zu den damaligen Schlagern schlechter?

Nun, mir ist damals schon aufgefallen, dass viele Sachen mit Orchester produziert wurden, obwohl es gar nicht nötig gewesen wäre. Diese ganzen Geigen, diese ganze Sauce, die dort hineintriefte, das hätte es gar nicht gebraucht. Heute macht man so etwas mit synthetischen Instrumenten. Das ist natürlich dumm für die Leute, die ihr Geld als Musiker verdienen. Es ist aber nicht unbedingt schlecht, wenn man die Musik in einer kleineren Besetzung spielt. Auch wenn z.B. bei Herbert Grönemeyer Streicher dabei sind, dann sind diese meistens gesampelt, das spielt aber keine Rolle. Ich finde, wenn ein Lied gut ist, dann klingt es in jeder Besetzung gut, egal ob mit Gitarre oder Klavier.



Abb.: Der deutsche Komponist Friedrich Hollaender, 1965 © picture alliance / Keystone

Ausgezeichnet!



CITYCONTEST2013



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

www.vbga.de

Volksbank
Gronau-Ahaus eG





SUZUKI

Auto Effing
GmbH
Suzuki Vertragshändler

Way of Life!

Alter Postweg 156
48599 Gronau
Tel. 0 25 62 / 71 83 16
www.auto-effing.com

Hier bitte Anzeige

Druckerei Möllers
einfügen!



Wolfgang „Max“ Kaminski

Wolfgang Kaminski begann seine Karriere im Musikbusiness Ende der siebziger Jahre als Konzertveranstalter und Künstlermanager. Zuvor war der gelernte Industriekaufmann als Fotograf tätig. Seit Jahrzehnten zählten bzw. zählen Roy Black, Dschinghis Khan, Daliah Lavi, Wencke Myhre, Karel Gott u.v.m. zu Kaminskis Management.

Auch mit dem Österreicher DJ Ötzi arbeitete er erfolgreich zusammen. Der Song *Ein Stern, der deinen Namen trägt* brach in Deutschland Rekorde, DJ Ötzi avancierte auch dank Kaminski zum gefragten Branchenstar. Die Wege der beiden haben sich jedoch getrennt.

Seit 2012 arbeitet Wolfgang Kaminski mit der Schweizer Sängerin Francine Jordi zusammen.

Abb.: © P. Bischoff



„Die Showbranche ist nicht das Wichtigste auf der Welt“

Wolfgang „Max“ Kaminski im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Herr Kaminski, wie haben Sie als Manager angefangen? Sind Sie in diesen Beruf reingerutscht oder war das geplant?

Beides. Vor fast 40 Jahren gab es ja noch keine Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann. Eigentlich bin ich gelernter Kaufmann und habe auch als Bildjournalist und Fotograf gearbeitet, vor allem für Sportveranstaltungen. Zu dieser Zeit, Mitte der siebziger Jahre, gab es in der Dortmunder Westfalenhalle die legendäre Löwenverleihung von Radio Luxemburg. Bis dahin hatte ich überhaupt keinen Kontakt zur Musikszene, sondern hatte diese immer nur aus der Ferne beobachtet. Als aber ein Fotograf für den Abend der Löwenverleihung ausfiel, bat man mich auszuhelfen, obwohl ich ja Sportfotograf war. Ich fuhr also nach Dortmund und kam mittels eines Backstageausweises auch in die berühmten Katakomben der Westfalenhalle, wo ich u.a. an Peter Alexander, Otto, ABBA und Roy Black vorbeilief. Die waren alle da, und mich faszinierte, wie nervös und ängstlich sie wirkten, dabei trotzdem unwahrscheinlich aufgeschlossen waren, weil sie stets einen Verbündeten suchten, mit dem sie ihr Lampenfieber teilen konnten – selbst mit mir, einem für sie total Unbekannten. Von einigen der auftretenden Künstler kannte ich nicht deren Status und merkte erst „wie groß“ sie waren, als sie auf die Bühne kamen, umjubelt wurden und ihren Bronzenen, Silbernen oder Goldenen Löwen erhielten. Zu guter Letzt bekam ich noch einen Ausweis für die After-Show-Party in der Dortmunder Kronen-Brauerei. Da saßen Mike Krüger und Rudi Carell, die sich bei einem oder auch mehreren Bierchen vergnügten, ebenso ABBA, die ganz klein, harmlos und verlassen in irgendeiner Ecke

standen. Als Fotograf hat man dafür ein anderes Auge. Das faszinierte mich, und kurze Zeit später sagte ich dann zu einem Fotografenkollegen: „Die Showbranche fasziniert mich, das ist etwas für mich, da will ich hin“

Ab diesem Moment waren Sie also Künstlermanager?

Na ja, Künstlermanagement war mir dann doch eine Nummer zu groß. Daher gründete ich zunächst eine Konzertagentur und wollte Konzerte in Herdecke und Umgebung veranstalten. Einige Ex-Kollegen glaubten nicht an meinen Erfolg und meinten zu mir, das funktioniere doch nie. Ich aber entgegnete spaßeshalber: „Wenn ich will, dann tanzt der Papst bei mir auf dem Tisch.“ Man schafft eben vieles, man muss es nur wollen. Für die erste Veranstaltung wollte ich Heino engagieren. Seine Sekretärin erklärte mir, dass Herr Kramm eine Gage von 10.000,- DM zzgl. der seinerzeitigen 10 Prozent MwSt. zu bekommen hätte. Nun gut, ich engagierte Heino, machte Werbung für diese Veranstaltung und organisierte alles. Es kam auch Presse, sogar Alfred Sterzel, ein Redakteur vom Stern. Das war schon ein Hammer. Der Stern bemühte sich aus Hamburg nach Herdecke, um über das Heino-Konzert zu berichten. Der Artikel wurde dann aber ein großer Verriss über Heino, obwohl die Veranstaltung super lief und eigentlich von den Besuchern großen Beifall fand. Es waren 800 Besucher da und damit zuwenig. Das Ergebnis: 9.000,- DM minus. Meine Frau und ich hatten zum Glück Ersparnisse, aber das war damit fast weg. Bei der Abrechnung fragte ich Heino: „Sagen Sie mal, Herr Kramm, können wir über die Gage noch



Abb.: Peter
Alexander
© picture-alli-
ance / dpa

mal ein bisschen reden? Ich habe einen Verlust erwirtschaftet.“ Heino antwortete in seinem rheinischen Dialekt: „Sag mal Junge, was hättest du mir denn mehr gegeben, wenn das Ding ausverkauft gewesen wäre und du etwas verdient hättest?“ Da sagte ich natürlich: „Nicht mehr als die vereinbarte Gage.“ Daraufhin er: „Siehste ..., hättest du gesagt, ich hätte dann mehr bekommen, dann hätte ich Dir was nachgelassen.“ Ein kluger Satz, den ich später im Leben in ähnlichen Situationen häufiger anbrachte.

Wie ging es nach diesem Negativerlebnis nun weiter?

Nun, die 9.000,- DM waren weg. Anschließend sprach ich mit Walter Höllerich, dem Bruder von Gerd Höllerich alias Roy Black, in München und schloss einen Vertrag über einen Auftritt von ihm zum Tanz in den Mai am 30. April 1977 im Parkhaus in Hagen ab. Das war ein kleines Veranstaltungsort. Es ging „steil“ bergauf, wir machten nur noch 2.500,- DM minus (lacht). Der Auftritt von Roy Black war professionell und perfekt: Er selbst chauffierte seine vier Musiker im Mercedes 300 SEL 3,5l in weinrot, Doppelscheinwerfer vorne, nach Hagen. Roy war auf der Bühne selbstsicher, unterhaltsam, ein Entertainer ohnegleichen, viel besser, als ich erwartet hatte. Kurze Zeit später erhielt ich von der GEMA die Nachricht, ich hätte 130,- DM zu viel gezahlt. Diese Summe überwies ich dann Roy Blacks Bruder, da sie ihm zustand. Daraufhin rief er mich an, um sich für das Geld zu bedanken: So etwas sei ihm noch nie passiert. Da sein Bruder und er am kommenden Wochenende in Dinslaken seien, fragten sie, ob ich nicht

vorbeikommen wolle. Mit stolz geschwellter Brust fuhr ich hin und Walter Höllerich fragte mich, welche Ziele ich mit der Konzertagentur verfolge und ob ich für ihn nicht ein paar Konzerte veranstalten wolle. Ich war natürlich stolz, dass mir jemand nach so einer Pleite – für mich war es eine – diese Chance gab. Also veranstalteten wir Konzerte in Solingen und Aachen, die tatsächlich den ersten Gewinn abwarfen, auch wenn es noch kein Ausgleich für das vorherige Minus war.

Also hat Roy Black Ihre Agentur quasi „saniert“?

Nicht er allein. Zeitgleich – und das war ein ganz entscheidender Schritt – machte in Hagen das Ric-SB Warenhaus auf. Ein Herr Schmidt rief mich an und fragte, ob ich für jeden Freitag zwischen 15 und 16 Uhr Künstler für eine Autogrammstunde besorgen könne. Ich dachte zunächst, er meinte zwei oder drei Nachmittage, aber daraus wurden ganze vier Jahre. Das Warenhaus gab es noch in anderen Städten, sodass die Künstler von Ort zu Ort fuhren. Vom Künstlerstatus ging es hoch bis zu Udo Jürgens, der damals, wir sind im Jahr 1978, ein absoluter Topstar war und enorme Gagen verlangte. Ich lernte auch dessen Starallüren kennen, denn Udo Jürgens forderte z.B. einen Hubschrauber, um von Aachen nach Hagen zu kommen. Letztlich fuhr er dann doch mit mir in meinem Auto und so entstand ein sehr enger Kontakt. Anschließend organisierte ich ein Udo Jürgens-Konzert, das für den 16. April 1978 geplant war. Aufgrund seiner Steuerprobleme mit seinem damaligen Manager Hans R. Beierlein sagte Jürgens das Konzert jedoch ab, holte es aber ein Jahr später nach.



Durch das Ric-SB Warenhaus dehnten sich meine Kontakte in der Musikbranche allmählich aus, u.a. zu Mike Krüger oder zu den Gebrüdern Blattschuss. Bei denen musste einmal sogar das Veranstaltungsgelände gesperrt werden. Neben der Veranstaltung mit Udo Jürgens war das meine erfolgreichste, obwohl die Band heute kaum noch einer kennt. Plötzlich „mochte“ die Branche einen als Veranstalter, weil man ihr Geld brachte. Autogrammstunden waren damals etwas sehr Schönes und Lukratives, man musste als Künstler nicht viel leisten, nicht proben, keinen Auftritt absolvieren, sondern konnte sich sofort von den Fans feiern lassen und war am positiven Ergebnis beteiligt. Dafür bekamen sie auch noch gutes Geld.

Über diese Schiene lernte ich Helmut Zacharias kennen: Dieser bekam mit, dass ich für Roy Black eine sehr erfolgreiche Bädertournee mit über 50 Auftritten organisiert hatte und dass dessen Begleitband aus großartigen Musikern bestand. Mit dieser Band wollte auch Zacharias gerne auf Tournee gehen: Und so veranstalteten wir eine Konzertreise von Bad Kissingen bis nach Sylt, jeder Abend war restlos ausverkauft! Ein halbes Jahr später organisierten wir eine Städtetournee, die aber floppte. Die Branche ist halt unkalkulierbar, auch für die ganz großen Namen. Doch das macht ihren Reiz aus.



Abb.: Roy Black in der TV-Show Ein Abend in Blau, 1977 © picture alliance / picture alliance





Wann wurden Sie Roy Blacks Manager?

Während der ersten Bädertournee telefonierte Roy Black mit seinem Bruder von der Insel Fehmarn aus. Er stand in einer Telefonzelle und stritt sich fürchterlich mit ihm. Sein Bruder Walter mochte die Showbranche nicht, die ganzen Geschäfte waren ihm zuwider. Walter züchtete Fische, das war seine Welt. Die beiden stritten sich also und Roy machte am Ende des Telefonats die Zelle auf und fragte: „Kaminski, wollen Sie mein Manager werden?“ Da sagte ich natürlich nicht Nein und kurze Zeit später saß ich beim Anwalt in München, Herrn Dr. Peter Schmalisch, der auch Thomas Gottschalk und Hans-Dietrich Genscher betreute. Wir schlossen einen Managementvertrag ab, mit einer damals relativ niedrigen Beteiligung. Roy hob das später allerdings auf ein normales Provisionsniveau.

Anschließend kam Helmut Zacharias zu mir ins Management, dann Tommy Steiner. Zu dieser Zeit gründete Ralph Siegel Dschinghis Kahn, und sie suchten ein Management. So habe ich die Band bis zur letzten Sekunde gemanagt.

Was haben Sie als Manager zum Erfolg von Dschinghis Khan beigetragen?

Der Erfolg war in erster Linie Ralph Siegel geschuldet, ich verwaltete das Ganze, lernte aber unheimlich viel dabei. Ich wäre doch niemals auf die Idee gekommen, einen Choreographen Hannes Winkler zu engagieren, der den Bandmitgliedern das Tanzen beibrachte. Für mich war das eine

wichtige Lehrzeit. Natürlich war bei Ralph Siegel alles möglich. Wenn ein Kostüm für Dschinghis Khan 20.000,- DM kostete, dann kostete es eben so viel. Die Taschen waren immer prall gefüllt. Wenn sich Ralph Siegel in den Kopf setzte, etwas so oder so zu inszenieren, dann gab er Vollgas, dann wurde es so gemacht. Ich mag seine Kreativität, habe mir aber auch erlauben können, ihm direkt ins Gesicht zu sagen: „Ralph, Du bist verrückt.“ Dank Ralph Siegel – und auch Dieter Thomas Heck und der *ZDF-Hitparade* – führen heute viele Künstler ein sorgenfreies Leben. Das darf man nicht vergessen, auch wenn man diese Menschen heute gerne ein bisschen belächelt.

Warum traf Ralph Siegel damals – wie viele andere auch – den Nerv der Zeit und trifft ihn heute nicht mehr?

Auf einmal stimmte es einfach nicht mehr, warum, kann ich nicht sagen. Wann hatte Udo Jürgens seinen letzten Hit? 1983? Robert Lemke sagte einmal in einer Fernsehsendung, Udo Jürgens wärme sich die Hände an der Konjunktur. Sprich, als es die erste große Arbeitslosenwelle gab, sang er das Lied *Denn sie haben Dich gefeuert*. Als es die ersten dicken Mädels gab, sang er *Aber bitte mit Sahne*. Ein *ehrenwertes Haus* wäre heute kein Hit mehr, allein das Vokabular, gibt es doch gar nicht mehr. Siegel oder Jürgens würden heute nicht mehr den Zeitgeist oder den Nagel auf den Kopf treffen. Ich kaufe mir jedes neue Album von Udo Jürgens, ich gehe immer wieder ins Konzert und sage jedes Mal: „Jawohl, wie 1980!“ Es hat sich nichts, aber auch gar nichts verändert, auf der Bühne ist er jedoch nach wie vor großartig und er fasziniert mich

total. Aber einen großen Hit hat er nun wirklich schon lange nicht mehr gehabt Und auch Ralph Siegel hat irgendwann den Takt verloren und Texte vertont wie *Loreley ley ley, Schiffe zieh 'n an Dir vorbei* und damit war seine megaerfolgreiche Zeit eigentlich beendet.

Wenn heute *Er hat ein knallrotes Gummiboot* oder *Ich will 'nen Cowboy als Mann* gesungen wird, so geht das nur in einer 45-Sekundenversion und nicht über volle vier Minuten! Sprache ändert und wandelt sich ständig, und nur ganz wenige können über Jahrzehnte den Zeitgeist treffen.

Unterscheidet sich die Tätigkeit eines Managers von früher zu heute?

Nicht viel. Zwar haben sich die Medien gewandelt, ansonsten aber gar nichts. Ein guter Manager fördert die Karriere des Künstlers, ein sehr guter Manager schützt den Künstler vor sich selbst. Die Mechanismen in der Radioszene haben sich kaum verändert, in der Fernsehbranche gibt es zwar weniger Sendungen, nach wie vor aber hält ein guter Manager regen Kontakt zu den Redakteuren. Allerdings ist der Quotendruck inzwischen größer, es gibt sogar Minutenprotokolle. Ich hege Zweifel an diesen ganzen Erhebungen.

Die entscheidenden Dinge haben sich nicht geändert. Seriösität, Kreativität, Erfindungsgeist, Zuverlässigkeit, Fleiß – all das hat nach wie vor Bestand. Das wird sich auch nie ändern. Nur wer etwas kann, wird langfristig Erfolg haben.

Was ist für Sie musikalisch ein Schlager? Unterscheiden Sie zwischen Deutschrock, Deutschpop oder Schlager?

Wenn man einen Titel oder eine Melodie im Kopf hat und sie geht den ganzen Tag nicht raus, dann ist das ein Schlager, ein Hit. Wichtig ist auch, dass mich der Titel berührt, wie z.B. *Nessun Dorma* in der Version von Paul Potts – auch wenn diese bei Weitem nicht an die Version eines Luciano Pavarotti heranreicht, aber Potts hat damit Emotionen – gerade auch mit dem Werbespot von T-Mobile – geweckt. Wir hatten mit *Ein Stern* von DJ Ötzi einen unglaublichen Erfolg, vor allem weil er viele Menschen emotional berührte. 2007 erhielten wir, kurz nachdem der Song das erste Mal im Radio gelaufen war, eine Mail von einem Paar: „Vielen Dank für den Song, den widmen wir unseren Enkelkindern, die am Wochenende beim Schlittschuhlaufen im Eis eingebrochen und ums Leben gekommen sind.“ Sie wollen den Titel zwar zum Erfolg führen, und anderen Menschen bedeutet er dann so unglaublich viel. Das hat man eigentlich gar nicht beabsichtigt. Das ist dann schon sehr berührend.

Hatten die von Ihnen betreuten Künstler auch Engagements in der DDR?

Ja, wir waren mit Roy Black in der DDR, der als einer der ersten Bundesbürger dort Konzerte geben durfte. Wir gastierten zuerst in Aue im Stadttheater. Der zuständige Major Goretzki kam zur Probe, saß in der ersten Reihe und kontrollierte die gesamte Set-Liste. Roy sang *Die fremde Erde*, und der Titel wurde gestrichen. Das Lied *Nimm mich mit, ich habe noch nie das Meer gesehen* – gestrichen, *Auf der Lüneburger Heide* – gestrichen. Auch *Bleib bei mir*, eigentlich ein Liebeslied, wurde untersagt. Diese Lieder bekamen in der DDR alle eine ganz



andere Bedeutung. Während Roy auf der Bühne stand, dachte ich: „Wahnsinn, wir werden gleich alle verhaftet.“ Und dann wurde auch noch *Du bist nicht allein* gestrichen. Außer *Ganz in Weiß* war kaum noch etwas dabei.

Wie ging es mit der DDR-Reise weiter?

Es gab einen von der DDR autorisierten Agenten in der Bundesrepublik, Dolf Zensen, der auf hauchdünnem Papier die Anfrage an Herrn Black für 24 Veranstaltungen gestellt hatte. Roy sollte täglich zwei Auftritte, sonntags sogar drei absolvieren. Einen Tag saßen die Postler drin, einen anderen die Eisenbahner usw. Die Konzerte waren immer ausverkauft, vor der Halle bestaunten die Menschen das Auto und den Ledermantel von Roy Black.

Wenn so eine Anfrage kommt, kann man entweder Ja oder Nein sagen. Das erste Mal, 1978, reiste ich mit Roy ein bisschen unvorbereitet in die DDR und trug einen Ledermantel mit Pelzbesatz. Ich merkte erst dort, dass dies hier vielleicht ein bisschen unpassend war. Zudem fühlte ich mich eingesperrt. Telefonate mussten angemeldet werden und waren zudem unglaublich teuer. Oft wartete ich fünf Tage auf ein Telefonat – unfassbar. Die Einreise in

die DDR war immer von Angst geprägt, obwohl wir bevorzugt behandelt wurden. Später durfte ich während der Tournéeen sogar aus- und wieder einreisen, aber am Anfang durfte man nur einmal ein- und dann zum Schluss wieder ausreisen.

Die Auftritte selbst waren jedoch unglaublich professionell. Meine „Hauptaufgabe“ bestand darin mit Roy Black einzukaufen, denn gezahlt wurde in Ost-Mark, die im Westen wertlos war. Wir unternahmen die Tournéeen in die DDR auch deshalb, weil Roy in Westdeutschland zu dieser Zeit eigentlich weg vom Fenster war. Im Osten konnte er arbeiten und bekam Anerkennung. Zudem machte es ihm Spaß, Bilder und Porzellan einzukaufen und das Land kennen zu lernen. Denn für uns beide war es ein „exotisches“ Land, exotischer als Mexiko. Die

DDR war ein graues, aber herzliches Land. Abends saßen wir häufig bei irgendwelchen Leuten im Wohnzimmer und diskutierten über Politik. Dabei lernten wir auch Menschen kennen, die mit der Stasi zu tun hatten. Das war eine unglaublich spannende Zeit.

Nach der Wende stellte sich heraus, dass wohl ein junges Mädchen von der Stasi auf Roy angesetzt worden war. Aber wir hatten uns schon vorher ver-



ständig, immer die Unbedarften zu geben. Natürlich wussten wir, dass unsere Telefonate abgehört und unsere Zimmer überwacht wurden. Es war ja auch immer jemand dabei, der alles ganz genau kontrollierte. Manchmal machten wir uns einen Spaß, einfach mal etwas Pseudo-Brisantes, aber nie Schlimmes zu sagen.

Lernten Sie damals auch Ost-Künstler kennen?

Ja viele, z.B. Frank Schöbel. Aber auch Künstler aus anderen Ostblockstaaten, etwa Jugoslawien, lernten wir kennen. Für diese war die DDR das Paradies.

Und wie kamen Sie ans Management von Karel Gott?

Wir kannten uns bereits durch das Label Polydor, wo Roy Black und Karel Gott unter Vertrag standen. Allerdings durfte Karel Gott zunächst keinen „kapitalistischen“ Manager haben. Aber ein Manager der nicht kapitalistisch ist, wie soll das gehen?

Karel hatte in der Tschechoslowakei einen Vertrag mit Supraphon. und ein gewisser Anteil seiner Einnahmen ging an das Label, das wiederum einen Manager eingestellt hatte, der auch einige Prozente erhielt, sodass Karel von seinen Gagen nur sehr, sehr wenig blieb. Irgendwann, als der ganze Ost-West-Betrieb ein bisschen aufweichte, gestand man ihm zu, sich einen deutschen Manager nehmen zu dürfen. Dieser musste seinen Wohnsitz allerdings in Berlin haben. Also nahm er sich in Berlin eine Managerin. Nach der Wende übernahm ich dann das Management von Karel Gott, da wir schon in den Jahren zuvor immer wieder Kontakt hatten.

Was waren der größte Erfolg und die größte Niederlage in Ihrer Karriere?

Eigentlich denke ich nicht in den Kategorien von Erfolg und Niederlage, das ist immer eine Momentaufnahme. Der Moment, in dem man verliert, ist eine Niederlage. Das ist dann so. Natürlich bleibt die eine oder andere Geschichte im Gedächtnis, wie etwa jene mit den 9.000,- DM, die wir beim ersten Heino-Konzert als Verlust verbuchen mussten.

Ein Erfolg für mich ist, dass ich meinen Beruf inzwischen seit 37 Jahren ausübe. Das sage ich mit einem gewissen Stolz. Ich hätte mir nie träumen lassen, so lange dabei zu sein. Es ist toll, dass man mit Stars wie Karel Gott, Roy Black, Daliah Lavi, Wencke Myhre, Dschinghis Khan, DJ Ötzi und vielen anderen einen Teil des Weges geht oder gegangen ist. Nachdem ich die Zusammenarbeit mit DJ Ötzi vor drei Jahren beendete, wollte ich eigentlich gar nicht mehr so viel machen. Aber dann lernte ich Francine Jordi aus der Schweiz kennen, woraus sich eine Zusammenarbeit entwickelte, in die ich meine Kontakte und mein Wissen noch einmal einbringen kann. Darüber hinaus berate ich derzeit einen jüngeren Manager. Diese Kooperation werden wir in den kommenden Jahren fortsetzen und noch erheblich ausbauen. Da bin aber aus dem Tagesgeschäft, sondern stehe nur beratend bei kreativen Dingen und großen Verträgen bei Fernsehen und Plattenfirmen zur Seite.



Wen würden Sie als ersten Manager im Schlagerbusiness bezeichnen?

Der erste richtige Manager amerikanischer Art war in Deutschland meiner Meinung nach Hans R. Beierlein. Er war der Größte, der zu seiner Zeit alles richtig machte, inklusive Selbstinszenierung. Als König ließ er sich feiern und dominierte den Markt mit Qualität und großer Kreativität, aber auch mit Schnodderigkeit und einer gewissen Frechheit. Ihn habe ich immer bewundert und finde ihn noch heute großartig. Keiner reichte damals an ihn heran.

Dann natürlich Ralph Siegel als Musiker, Komponist, Produzent. Großartig, was er in seinen erfolgreichen Jahrzehnten alles erreichte. Er war die deutsche Schlager- und Showszene. Künstler, die zu ihm kamen, hatten einen Hit.

Das war damals garantiert.

Seine Firma mit Musikverlagen allem drum und dran – so muss Management sein.

Aber Zeiten ändern sich, heute bestimmen andere Namen die Szene und dominieren diese. Zeiten erkennen und sich auf diese einstellen sind wichtige Bausteine des Erfolgs. Es ist schön, dass ich heute immer noch dabei bin! Aber die Showbranche ist nicht das Wichtigste auf der Welt. Das habe ich nie vergessen!



Immer da, immer nah.

PROVINZIAL

Die Versicherung der Sparkassen

Starker Service ganz in Ihrer Nähe.
Die Provinzial - zuverlässig wie ein Schutzengel.



Michael Bürse-Hanning



Markus Hohensee

Ihre Provinzial Geschäftsstelle

Bürse-Hanning & Hohensee OHG

Kircheninsel 3, 48599 Gronau

Tel. 02562/3001, Fax 02562/21121

buerse-hanning-hohensee@provinzial.de



Krukenstine
Haus Determann
Ausgezeichnete Gastlichkeit in Gronau, seit über 150 Jahren

Bahnhofstraße 19 · 48599 Gronau (Westfalen)

Telefon (2562) 2 02 76

LEIDENSCHAFT HAT EINE FARBE, JETZT HAT SIE AUCH EINE FORM. DER RENAULT CLIO.



RENAULT CLIO EXPRESSION

1.2 16V 75 INKL. NAVI & KLIMA

ab

79,- € monatl.



0,99% FINANZIERUNG



Gewinner des Goldenen Lenkrads 2012*

Fahrzeugpreis** 12.180,- € inkl. Überführungskosten! Bei Finanzierung: Nach Anzahlung von 1.890,10 €, Nettodarlehensbetrag 10.289,90 €, 48 Monate Laufzeit (47 Raten à 79,- € und eine Schlussrate: 6.916,36 €), Gesamtlaufleistung 40.000 km, eff. Jahreszins 0,99 %, Sollzinssatz (gebunden) 0,99 %, Gesamtbetrag der Raten 10.629,36 €. Gesamtbetrag inkl. Anzahlung 12.519,46 €. Ein Finanzierungsangebot für Privatkunden der Renault Bank, Geschäftsbereich der RCI Banque S.A. Niederlassung Deutschland, Jagenbergstraße 1, 41468 Neuss.

Besuchen Sie uns im Autohaus. Wir freuen uns auf Sie.

Gesamtverbrauch (l/100 km): innerorts 7,0; außerorts 4,7; kombiniert 5,5; CO₂-Emissionen kombiniert: 127 g/km (Werte nach Messverfahren VO [EG] 715/2007).

WALLMEIER GMBH & CO. KG

Ochtruper Str. 85 • 48599 Gronau • Tel.: 02562-992420



*AUTO BILD, Nr.45/2012. **Abbildung zeigt Renault Clio Luxe mit Sonderausstattung.



MALERMEISTER ANDERS

→ Malerarbeiten
Bautenschutz

→ Tapezierung
Bodenbelagarbeiten

→ Lackierungen
Fassadensanierung



Hans-Jürgen „Hansi“ Hoffmann

„Hansi“ Hoffmann (* 31. Dezember 1928 in Uelzen) gilt seit fünf Jahrzehnten als Kenner der Show- und Musikbranche. Als gefragter Pressemann und Promotionprofi arbeitete er mit allen Größen im weltweiten Tournee-geschäft zusammen, von den Rolling Stones, Pink Floyd, The Who bis Frank Sinatra, Kylie Minogue und Neil Diamond. Auch die Stars der deutschen Schlagerszene wie Udo Jürgens, Nana Mouskouri, Gitte, Rex Gildo, Peter Kraus oder Cornelia Froboess vertrauten auf die Fähigkeiten von Hoffmann, ebenso wie die Großproduktionen *Rock am Ring*, *The Wall*, Hellers *Begnadete Körper*, *Copperfields Zauberschau* und *Lord of the Dance*. Hoffmann schreibt an einer Artikelserie *Backstage – streng vertraulich*, in denen nicht bekannte – aber jugendfreie – Erlebnisse mit Superstars der Musikszene festgehalten werden.

Abb.: Hansi Hoffmann (©) mit Udo Jürgens (v.l.), 1982



„Schlager ist ein Stück Kulturgut“

Hans-Jürgen „Hansi“ Hoffmann im Gespräch mit Ingo Grabowsky

Herr Hoffmann, Sie haben seit Anfang der sechziger Jahre mit der Musikbranche zu tun. In den Fünfzigern gab es einen Generationenwechsel. Ehemals erfolgreiche Komponisten wie Michael Jary, Gerhard Winkler oder Peter Kreuder, die das Musikgeschäft dominiert hatten, wurden nun abgelöst. Wer waren die neuen Macher und warum waren diese plötzlich so erfolgreich?

Die Herren Jary, Winkler, Kreuder und Co. waren das, was man gemeinhin „satt“ nennt, und zogen sich mit ihren horrenden GEMA-Tantiemen in ihre Villen im Tessin zurück. Mit den alliierten Siegermächten kamen auch neue Klänge über die Soldatensender AFN und BFBS in die Wohnzimmer der Deutschen, die lange mit Marschmusik zugehörnt waren. Neben Rock'n'Roll verbreiteten sich Schnulzen der amerikanischen Schmusesänger an Rhein und Elbe. Als sich ab 1948 die DM stabilisierte, fielen in den beginnenden Wirtschaftswunder-Beat auch deutsche Schlager. Erst schmachtete Rudi Schuricke *Wenn bei Capri die rote Sonne im Meer versinkt*, später dann stöhnte Peter Alexander *Ich zähle täglich meine Sorgen* und Nana Mouskouri verkaufte *Weißer Rosen aus Athen*. Die bundesdeutsche Musikwelt brauchte einfach neue Macher. Und die etablierten sich in neuen Tonstudios in München, Köln, Wien, Berlin und Hamburg. Christian Bruhn schuf mit *Zwei kleine Italiener* für die Berliner Göre Conny Froboess den Start für ein Teenie-Idol. Später mit Drafi Deutschers *Marmor, Stein und Eisen bricht*, mit Mireille Mathieus *Hinter den Kulissen von Paris*, mit Manuelas *Schuld war nur der Bossa Nova* und mit Katja Ebsteins *Wunder gibt es immer wieder* komponierte Bruhn Evergreens.

Das Produzentengespann Kurt Feltz und Heinz Gietz hoben in Köln neue Interpreten für Spaß (Bill Ramsey), Reise-Sehnsucht (Caterina Valente) und Italo-Schnulzen (Renè Carol, Margot Eskens) aus der Taufe. Wenige Straßen entfernt baute Produzent Hans Bertram mit seiner Gattin, der Textdichterin „Lilibert“, einen Gerhard Höllerich zum Roy Black um und einen Horst Nussbaum zu einem Jack White auf. Lotar Olias in Hamburg machte aus Manfred Petz den heimatlosen Seemann Fred-



Abb.: Film-Programm, 1959



dy Quinn mit den Millionensellern *Heimweh* oder *Junge komm bald wieder*, und in Wien wurde unter der Produzentenregie von Gerhard Mendelson im Tonstudio des Konzerthauskellers mit Musik von Werner Scharfenberger und Texten von Fini Busch eine ganze Brigade von Künstlern geboren: Peter Kraus, Gus Backus, Lolita, die Kessler-Zwillinge, Ted Herold und jede Menge Importe, darunter Mina und Rita Pavone aus Italien, Sacha Distel aus Frankreich und Connie Francis aus den USA. Das deutsche Musikbusiness ist quasi *Auferstanden aus Ruinen* (DDR-Hymne) und wurde durch die neuen „Macher“ in der Musikbranche zum Milliardengeschäft, denn die Herren der schwarzen Rillen hatten das Ohr am Volk, sprangen auf den Fernweh-Zug und bedienten Frohsinn und Hoffnung. Und die bundesdeutschen Schallplattenumsätze belegten weltweit den zweiten Platz – nach den USA.

Haben Sie als Agent – heute nennt man das Promoter – daran mitgewirkt, Schallplatten im Rundfunk oder Fernsehen „unterzubringen“? Wurden die Sender von den Plattenfirmen bestochen? Was war Ihre Aufgabe dabei?

Hörfunk – später auch Fernsehen – wurde zum optimalen Multiplikator für Musik. In den elf westdeutschen Bundesländern entstanden elf Radiostationen mit elf eigenen Programmen. Und diese Programme wurden von Programmgestaltern – heute heißen sie Redakteure – zusammengebastelt. Diese Gestalter wurden das Ziel der Begierde für Plattenproduzenten, Musikverlage, Komponisten und Plattenfirmen, denn was gesendet wurde, entschieden diese Funkhaus-Könige. Schon bald wussten die Plattenfirmen und deren Zulieferer

um die Wichtigkeit der Programmgestalter, denn was oft genug das Ohr berieselte, wurde schnell zum eigenen Geschmack des Hörers und erhöhte den Absatz. Es begann das, was mit dem Unwort „Bemusterung“ bis heute praktiziert wird. Ganze Heerscharen von sogenannten Radiobetreuern – sehr oft mit kurzen Röcken und prallem Busen – schwärmten aus, um die neuesten Schlager bei den Herren der Programme unterzubringen. Sehr oft schleppten sie auch Künstler mit, einmal für werbewirksame Interviews oder zu einer „freundschaftlichen“ Essenseinladung. Dazu packten die Klinkenputzer nicht selten auch kleine Geschenke aus: mal eine schicke Armbanduhr, eine unterhaltsame Städtereise oder gar eine Woche Urlaub auf Ibiza. Ein Programmgestalter mit sehr viel Sendezeit im Hessischen Rundfunk gab vor Weih-



Abb.: Hit-Sampler Conny Francis

nachten den verschiedenen Senderbetreuern sogar einen Wunschzettel mit auf die Heimreise: ganz oben stand ein moderner Kühlschrank und endete mit einer Carrera-Bahn.

Der Wiener Produzent Gerhard Mendelson heuerte mich als freien Mitarbeiter für die Öffentlichkeitsarbeit an – inklusive spezieller Senderbetreuung. Mit Peter Kraus, Ted Herold, Lolita, Gus Backus und anderen stellte ich die Fotos für Presse und Plattencover her, schrieb die Künstlerbiografien und Pressemeldungen, zog mit ihnen durch die Funkhäuser in Frankfurt, Saarbrücken, Luxemburg und Baden-Baden. Mendelson, der täglich per Luftpost die neuesten Hit-Platten aus den USA und England bekam, setzte in Wien sein Autorenteam Werner Scharfenberger (Musik) und Fini Busch (Text) an die Bearbeitung dieser Importe, deutsche sie ein oder kaufte den Original-Interpreten gleich mit ein (Connie Francis: *Schöner fremder Mann*, *Die Liebe ist ein seltsames Spiel*). Und Mendelson war es auch, der bald erkannte, dass Geschenke für die Funkhaus-Fürsten nicht mehr das Gelbe vom Ei waren. Sie wollten mitverdienen, Kohle sehen. Also bot man den Programmgestaltern die Textversion der Rückseite eines zukünftigen Hits an. Denn die Autoren, Produzenten und Verleger der sogenannten B-Seiten kassierten genauso viel wie die Rechteinhaber der Hit-Seite. Oft waren es die Gattinnen der B-Seiten-Abstauber, die für die GEMA firmierten. Viele Fincas auf Mallorca und Ferienhäuser auf Borkum sind aus B-Seiten der Funkhaus-Texter „gebaut“.

Welche Rolle spielten Musikboxen und Bands? Wie gelang es, hier Lieder an den Mann zu bringen?

Auch die Musikboxen – heute schon Antiquitäten – waren fünf Jahrzehnte optimale Multiplikatoren für den Verkauf von Schallplatten. In der Hochzeit der Boxen dudelten 65.000 dieser „Orgeln“ in Kneipen und Gaststätten, stets bestückt mit aktuellen Hits und Evergreens. Den Automatenaufstellern wurden die kleinen Vinyls gratis überlassen, ebenfalls mit kleinen Geschenken in den Päckchen der Neuerscheinungen. Sogar eine bunte Verbandszeitschrift, der Automatenmarkt, erschien monatlich mit ganzseitigen Anzeigen der Plattenfirmen und – als Gegenleistung – redaktionellen Empfehlungen plus guten Platzierungen in der „Automaten-Hitparade“. Reisende Vertreter der Plattenfirmen, die in den Musikgeschäften den Händlern die Neuheiten plus Dekomaterial zur Bestellung anboten, kontrollierten die Bestückung der Boxen in den Kneipen. Und wenn sich nicht genügend Eigenprodukte auf dem Plattenteller drehen, wurde mit Freilieferungsentzug gedroht oder es gab nur noch Aktuelles gegen Bares. Das Aus für die buntblitzenden Boxen begann, als aus den USA die Welle der Discjockeys nach Europa schwappte.

Besonders die Musikverlage, die Noten und ganze „Songbooks“ mit ihren Verlagswerken druckten, schickten „Bandbetreuer“ nicht nur zu den etablierten Rundfunkorchestern, sondern auch zu den Hunderten Chefs der Tanzkapellen (z.B. Ambros Selos, Max Greger, Hugo Strasser), die fertig arrangierte Notenbände gratis erhielten. Die reichen Funkhäuser unterhielten große Radioorchester wie Rolf-Hans Müller (Baden-Baden), Kurt Edelhagen (Stuttgart/Köln), Werner Müller (Rias Berlin) oder Kurt Henkels (NDR-Hamburg/ZDF Mainz), die in beliebten Radiosendungen „Hits à la Big Band“



lieferten. Und was dort orchestral erklang, wurde oft an luxuriösen Urlaubsplätzen in Saint Tropez, auf Ibiza oder gar in Florida zwischen den Orchesterchefs und Verlagsbossen ausgehandelt.

Heute hört kaum noch jemand Radio Luxemburg. Wie erklären Sie einem Nachgeborenen die Bedeutung dieses Senders, der ja beinahe ein Mythos ist?

Es war ein kleiner ausländischer Sender, der nach dem Krieg für die Bundesrepublik eine neue Form der Schlagersendungen erfand: Musik, die von Ansagern – sprich Moderatoren – im Plauderton an den Hörer gebracht wurde. Am 25. Januar 1951 kam aus dem Luxemburger Funkhaus mit den sechs europäischen Programmen erstmals ein deutsches Programm. Der Luxemburger Journalist Pierre Nilles, alias Peter Perleberg, verkündete: „Meine Damen und Herren, sie hören ein Versuchsprogramm in deutscher Sprache von 14.00 bis 16.00 Uhr.“ Mit einem Operettenquerschnitt – von Willy Schneider gesungen – begann eine der erfolgreichsten Sendergeschichten. Nach fünf Jahren gingen schon vier Stunden Mu-

sik auf der Mittelwelle 208 Meter über den Äther. Mit gekauften (!) Platten bestritten Nilles und die deutsche Elisabeth – später Gattin des Kölner Musikproduzenten Hans Bertram – die Sendezeit mit dem völlig neuen Moderationsstil zwischen den Musikstücken: „Reden wie mit Freunden, aus vollem Herzen“. 1958 enterte der Volksschullehrer Camillo Felgen das deutsche Sendestudio mit seiner eigenen Plattensammlung. Radio Luxemburg bekam den Stempel „Schnulzensender“, weil nur deutsche Klänge über den Äther gingen. Peter Kraus, Freddy Quinn, Margot Eskens, Peter Alexander, Paul Kuhn, Fred Bertelmann und all die anderen deutsch singenden Stars bestimmten das Programm. Elvis Presleys *Jailhouse Rock*, Paul



Abb.: Camillo Felgen überreicht einen Silbernen Löwen an Roy Black, Grugahalle Essen 1968
© picture alliance / AP

Ankas *Lady Diana* oder die Songs von Sinatra, Nat King Cole oder Pat Boone hatten im Mini-Sendestudio in der Luxemburger Villa Louwigny nichts verloren. Deutschsprachig war das Markenzeichen des Senders, es traf den Nerv von immer mehr Jugendlichen, von Männern und Frauen. In Zeiten des Petticoats, des Fußballmeisters Borussia Dortmund, Nadja Tillers Filmhit *Nitribitt* dudelte in ganz Deutschland Cole Porters *True Love* – nur nicht bei Radio Luxemburg. Hier musste das Herz von *Cindy, oh Cindy* traurig sein, hier hatte Freddy *Heimweh* und Fred Bertelmann ließ den *Vagabunden* lachen. Erst zehn Jahre später gestattete Programmdirektor Helmut Stoldt, dass in jeder Sendestunde zwei ausländische Titel gespielt werden durften, aber nie zwei Beat- oder Rocksongs hintereinander! Natürlich entdeckte auch die Plattenindustrie ganz schnell den beliebten Sender im Nachbarland. Inzwischen lieferte er ein deutsches Vollprogramm, stockte den Sprecherstab mit Frank Elstner, Helga Guitton, Dieter Thomas Heck, Jochen, Achim, Dieter, Monika und einer ganzen Gilde frischer, neuer Stimmen auf. Camillo startete das erste deutsche Wunschkonzert und bekam sofort über 11.000 Postkarten zur ersten Sendung. Frank Elstner – der neue Chefsprecher – erfand für die jährlichen Sieger der Sender-Hitparade die Löwen von Radio Luxemburg, der erste Radiopreis Deutschlands überhaupt, und veranstaltete in den größten Hallen von Essen und Dortmund – dem Hauptsendegebiet – mit tausenden Hörern und mit den größten Stars ein Festival der guten Laune. Ende der fünfziger Jahre startete der Sender auch das erste Deutsche Schlagerfestival. Fünf Jahre später hatte Radio Luxemburg fünfzehn Millionen Hörer, einen riesigen Fanclub mit eigener Zeit-

schrift, ein Telefunken-Radio mit spezieller Radio Luxemburg-Taste. Als das duale Rundfunksystem in Deutschland auch Privatsender lizenzierte, begann die Talfahrt des Senders. Die schnell gegründeten über einhundert regionalen Privatstationen, die fast alle das erfolgreiche Sendeschema von Luxemburg kopierten, wurden zum Totengraber einer Radiolegende.

In wahrscheinlich keinem anderen Land sind ausländische, aber in der Landessprache singende Interpreten so erfolgreich wie in Deutschland. Wie erklären Sie sich dieses Phänomen?

Viele Jahre waren die deutschen Musikfreunde zusammen mit Millionen „Volksgenossen“ von großwahn sinnigen Braunhemden zwischen Danzig und Saarbrücken, Wien und Flensburg eingesperrt, der Kontakt zum Ausland auf die Nazi-Ausflugsdampfer von „Kraft durch Freude“ beschränkt. Was nicht als „Entartete Musik“ verdammt wurde, musste stets durch den Goebbels-Filter. Und da bestanden nur wenige Damen, meist Lieblinge des hinkenden Kultur-Bonzen: Rosita Serrano, Zarah Leander, Marika Röck – das war es dann aber auch schon. Nach Kriegsende begann auch „der kleine Grenzverkehr“ auf der Musikschiene. Das Fernweh und die musikalische Freiheit waren ungestillt. Da kamen amerikanische Songs via AFN gerade richtig und mit Blick über die Alpen trällerte man bei Pauschalreisen nach Rimini die italienischen Schnulzen von Vico Torriani und Perry Como, später von Milva, Mina, Rita Pavone und Vittorio. Erst sangen sie in ihrer Landessprache ihre Hits. Doch sehr bald holten sich die deutschen Produzenten die Hitstars jenseits der Grenzen in ihre



Studios. Nicht etwa als Komplett-Importe mit ihren heimatlichen Hits, nein, für maßgeschneiderte Schlager in deutscher Sprache. Aus Griechenland Nana Mouskouri, Jimmy Makulis und danach Costa Cordalis und Vicky Leandros, aus Frankreich Dalida, Gilbert Bécaud, Sacha Distel, Charles Aznavour und später Mireille Mathieu, France Gall und Françoise Hardy, vom Balkan kamen Ivo Robic und Bata Illic, England brachte Cliff Richard, Engelbert, Chris Howland, Tony Sheridan, Sandy Shaw und Tony Christie über den Kanal. Eine trällernde Überschwemmung schwappte über das neue Wirtschaftswunderland aus dem Norden. In Kompaniestärke überfielen die schnuckeligen Nordländerinnen die bundesdeutschen Ohren: Gitta, Dörthe, Wencke Myhre, Siw Malmquist, Bibi Johns, Lil Babs, Anita Lindblom, Grethe Ingmann und Vivi Bach.

Sie haben auch als Fotograf das Fernsehen der sechziger Jahre begleitet. Welche Rolle spielten hier Regisseure wie Truck Branss oder Michael Pfléghar?

Truck Branss als Fernsehchef beim Saarländischen Rundfunk und Michael Pfléghar bei der Münchener Bavaria haben mit ihren Musiksendungen wie *Portrait in Musik*, *Meine Melodie* oder *Monsieur 100.000 Volt* (alle Branss) und später als von der ARD freigestellter Regisseur der *ZDF-Hitparade* nicht nur deutsches Liedgut in die Wohnstuben gebracht, sie haben auch mit den Sendungen wie *In 80 Takten um die Welt* und mit den Serien *Hotel Victoria* mit Vico Torriani oder *Die Caterina-Valente Show* (Pfléghar) ein beachtliches Stück Musikgeschichte geschrieben. Was über den



Abb.: Single Jimmy Makulis, 1959, Hans R. Beierlein / Montana

Bildschirm flimmerte, hatte Hitchancen, jede Sekunde in der Glotze förderte den Plattenverkauf. Und nicht zuletzt wurden via Fernsehen auch Stars geboren, wie Katja Ebstein, Alexandra, Michael Holm, Cindy und Bert oder Dieter Thomas Heck, Wencke Myhre und Bibi Johns. „Heute bei Branss in der Hitparade, verkauft am nächsten Tag bis zu 100.000 Platten mehr“, wusste ein Label-Chef zu berichten.

Wie arbeitete zum Beispiel ein Truck Branss?

Truck Branss war ein despotischer Perfektionist, ein Choleriker mit dem Gehabe eines feudalen Großfürsten, gefürchtet und geliebt. Beim Sender Freies Berlin hatte er als Kameramann von der Pike auf das Fernsehgeschäft gelernt. Seine Regie-Gesellenstücke lieferte er beim Saarländischen Rund-





funk mit den ersten *Portrait in Musik*-Sendungen ab, in denen er Hildegard Knef *Fever* singen ließ und die jüdische Sängerin Belina zur Gitarrenbegleitung von Sigi Behrens mit jüdischer Folklore präsentierte. Trucks *Portrait*-Serie erhielt viele Preise im In- und Ausland. Mit ihm zu arbeiten, war stets ein kleiner Balance-Akt. Klappten Ton, Deko, Licht und die Kamerafahrt perfekt – und 100 Prozent war das Wenigste, was Branss verlangte – dann war Sonnenschein im Studio. Aber wehe, eine Position war geschludert, dann erlebte man einen „Ajatollah Cholerie“. Branss kam mit dem kompletten Take des anstehenden Drehs im Kopf ins Studio, erklärte präzise seine Vorstellungen, kontrollierte vor dem Monitor die Probedurchläufe, korrigierte jede kleine Ungenauigkeit bis zur Aufzeichnung. Nichts verließ das Studio ohne Branss'scher Kontrolle: jedes Foto, jeder Text, jede Zeile im Abspann. Und wer die Schule von Truck Branss durchlaufen hatte, beherrschte seinen Job, der war ebenfalls Perfektionist.

1969 und 1970 begannen Stars wie Peter Alexander, Caterina Valente und Udo Jürgens mit großen Solotourneen. Wie erfolgreich waren diese, und wie kam es dazu?

Die ersten Tourneen mit deutschen Schlagern waren die Fortsetzung der Musiksendungen im Radio und später auch im Fernsehen. Aber jetzt wollte man seinen singenden Liebling auch einmal hautnah erleben. Als Pionier der Schlagertourneen baute der Nürnberger Musikliebhaber Charly Buch-

mann die ersten Programme zusammen. *Mit Musik geht alles besser* und *Schlager-Schlager-Schlager* hießen die bunten Abende in den Theatersälen und Konzerthäusern. Da spielte eine Kapelle – sehr oft die von Max Greger oder Hugo Strasser –, am Mikrofon gerade aufsteigende Sternchen und immer auch ein oder zwei Stars als Zugnummern.

Drei Liedchen von Lolita, die vor ihrem Abgang moderierte: „Nun freue ich mich, meinen lieben Kollegen Ted Herold ansagen zu dürfen.“ Drei Liedchen Herold – Ansage „Ich freue mich nun meine liebe Kollegin...!“ – Abgang. Und so ging der bunte Reigen weiter: meist acht bis zehn Interpreten, je drei Liedchen, nur der Star zum Finale durfte fünf Schlager trällern. Bei diesen Partys lernten auch Caterina Valente, Peter Alexander, Udo Jürgens und viele spätere Superstar das Live-Geschäft kennen. Doch diese Massen-Tingeleyen wurden den Machern hinter den echten Stars bald zuwider.

Eine Hilde Alexander wollte für ihren „Schnurdi-bur“ Peter die große, eigene Gala ebenso wie Starmanager Hans R. Beierlein für seinen Udo Jürgens. Und Veranstalter wie Fritz Rau, Hans-Werner Funke, Klaus Berenbrock und Karsten Jahnke umwarben die Plattenmillionäre mit großen Geldscheinen, großen Hallen und großen Werbekampagnen. Da wurde eine Tour wie *Udo '70* oder *Alexander der Große* schon mal ein Unternehmen mit sechs Dutzend Konzerten in 3.000er bis 5.000er-Hallen en suite und mit mehreren Millionen DM Umsatz. Diese One-Man-Shows – meist mit großem Orchester, großer Lichtorgel und allerbesten Tontechnik – waren zugleich die besten Werbeveranstaltungen für die eigenen Schallplatten. Der Fan, der



*Abb.: Tourneeplakat Udo
Jürgens, 1970*



Abb.: Single Marika Kilius, 1964

nicht am nächsten Tag ins Plattengeschäft laufen wollte, konnte schon gleich nach dem Konzert im Hallenfoyer die ganze Vinyl-Palette plus T-Shirts, Fotoalben, Tourneeposter und sogar Schlüsselanhänger, Künstlerkappe und Videokassette erstehen. Merchandising entwickelte sich zum lukrativsten Zusatzgeschäft für jeden Künstler.

Als Reporter enthüllten Sie seinerzeit, dass Marika Kilius auf ihren Platten nicht selbst sang. Können Sie die Geschichte dieses Skandals kurz schildern?

Leonie Brückner, eine lebensfrohe, sehr hübsche Lehrerin für Musik und Deutsch, lernte ich Anfang 1964 im Tonstudio Walldorf im Taunus kennen, als

ich für die *Frankfurter Abendpost* einen Bericht über den jungen Sänger Bernd Spier schreiben sollte. Die Mitzwanzigerin Leonie verdiente sich als Backgroundsängerin etwas Geld neben dem mageren Lehrergehalt dazu. Als der Bernd-Spier-Song *Schöne Mädchen muss man lieben* abgemischt war, lud ich Leonie zu einem Äppelwoi nach Sachsenhausen ein. Im Lokal dröhnte aus der Musikbox der Hit der Eislauf-Weltmeisterin Marika Kilius *Wenn die Cowboys träumen* und meine neue Freundin wurde richtig sauer. Wütend schimpfte sie über diese „arrogante Friseurtochter, die nicht mal einen Ton grade singen kann“. Als ich mit journalistischer Neugier nachhakte, erzählte mir Leonie unter dem Siegel absoluter Verschwiegenheit, dass sie bei der Plattenaufnahme der *Cowboys* als Backgroundsängerin im Studio mitgesungen hatte. Doch auch nach fünf Aufnahmen war die Piepsstimme der Kilius nicht brauchbar, da half auch das musikalische Korsett des Chores nicht. Als der Schlittschuh-Star dann zu einer Schickimicki-Party nach Frankfurt abgerauscht war, bat der Tonmeister Leonie noch einmal ans Mikrofon und ließ sie den *Cowboy*-Track singen. Es war dann nur noch eine Frage der Regler am Mischpult: Kilius-Tonspur minimal, Leonie-Spur voll aufgedreht.

Vier Wochen hielt sich der Kilius-Schmuh in den Top-Ten der Charts, dazu kam einige Wochen später auch noch das Duett mit Eislauf-Partner Hans-Jürgen Bäumler *Honeymoon in Saint Tropez* mit weiteren Chart-Spitzenplätzen. Als dann die Kilius mit ihrer Mogelpackung in fast jeder TV-Sendung zur Vollplaybackmusik nur die Lippen öffnete, war bei mir „Schluss mit lustig“. Meine Freunde und Klienten Udo Jürgens mit dem wunderbaren

Song *Warum nur, warum* und auch Peter Kraus mit *Mädchen mit Herz* konnten nicht an die Spitze der Hitlisten stürmen, weil sich dort ein gefakter Song festgesetzt hatte.

Es brauchte nur ein Telefonat mit meinen Freunden in der Bild-Chefredaktion und nach dreitägiger Recherche stand in Balkenschrift auf der Frontpage der Zeitung mit den vier großen Buchstaben: „Marika Kilius singt nicht selbst!“ Ein wahrer Shitstorm in den deutschen Medien – teilweise auch in Europa – beendete das Kapitel der Schlittschuhläuferin mit ihren *Cowboys*.

In den sechziger Jahren war Manuela ein großer Star: In den Illustrierten wie Bravo und auch im Fernsehen war sie Stammgast. Warum ging Manuelas Karriere plötzlich zu Ende? Können Sie etwas zu diesem Skandal sagen?

Doris Wegener, alias Manuela, ein Mädchen aus dem Berliner Wedding, eroberte mithilfe des Erfolgskomponisten Christian Bruhn den deutschen Schlagermarkt. Abgesehen von Stippvisiten nach Holland, Österreich und der Schweiz schaffte sie sogar einen mittelpträgigen Abstecher nach Las Vegas. Mit ihren Hits wie *Schuld war nur der Bossa Nova*, *Schwimmen lernt man im See* oder *Monsieur Dupont* war Manuela Stammgast in der ZDF-Hitparade und in all den anderen TV-Musikshows. Mit Minirock und Hot Pants – ihr Markenzeichen – wurde die Berliner Göre zum ersten Girlie der Nation. Um den Wedding-Slang zu übertuschen, sang Manuela ihre Songs mit amerikanisch eingefärbtem Akzent.

Als Anfang der siebziger Jahre die Hits ausblieben,

die führenden Plattenfirmen die Verträge nicht verlängerten, behauptete Manuelas alter Manager Werner Fey, ein trickreicher Kugelblitz und „Onkel“ der Sängerin, dass er auf der Herrentoilette des Berliner Hotels Schweizer Hof, Hauptquartier der Hitparaden-Entourage, dem ZDF-Musikredakteur Dieter Weber 20.000 DM übergeben habe, um für Manuela einen Auftritt mit ihrem Lied *Was hast Du gemacht* in der ZDF-Starparade zu erkaufen. Doch es gab keinen Auftritt – und das Geld war auch weg. Manager Fey ging an die Presse, stellte den Redakteur und das ZDF an den Pranger. Von der ersten Schlagzeile dieses Skandals an war Manuela mit den zehn Goldenen Schallplatten, mit neun Goldenen Ottos der Bravo und sechs Goldenen Löwen von Radio Luxemburg für Deutschlands Rundfunk- und Fernsehsender eine „persona non grata“, eine Aussätzige. Ohne Songs im Radio und ohne TV-Shows endete das einstige Hitgirlie auf den Bühnen von Festzelten, Möbel- und Supermärkten und drittklassigen Diskotheken. Nach jahrelangen Prozessen verloren Fey/Manuela mangels Beweise den Krieg gegen das ZDF.

Ende der sechziger, Anfang der siebziger Jahre gab es noch einmal eine Art Auferstehung des Schlagerfilms. Was waren das für Filme? Und warum wurden schließlich keine mehr gedreht?

Es war der Unterhaltungsboss vom NDR-Hamburg, Harald Vock, der in Kooperation mit dem Musikproduzenten Gerhard „Moische“ Mendelson und Manager Hans R. Beierlein Ende 1969 eine Vermarktungsmasche für Schlager wieder aufleben ließ: die Schlagerfilme. Der Ex-Polizeireporter Vock schrieb in unbezahlter Urlaubszeit vom NDR



Klamaukdrehbücher am laufenden Band, führte Regie und lieferte fertige Kinospielefilme mit so hochgeistigen Titeln wie *Immer Ärger mit den Paukern*, *Hochwürden drückt ein Auge zu* oder *Unsere Pauker gehen in die Luft* in die Lichtspielhäuser. Die Erfolgsmasche war simpel: Zehn Schlagerstars spielten kleine Rollen mit platten Texten, aufgemotzt wurde die Handlung mit Klamauk-Schauspielern, etwa Theo Linggen, Willy Millowitsch, Eddy Arendt und Lotti Krekel. Und immer wenn eine Pointe fiel, trällerte einer der mitspielenden Stars seinen aktuellen Schlager, egal ob es passte oder nicht. Gedreht wurde stets im schönen Kärntner Land, weil dort die Produktionskosten gering waren. Diese Filmschmonzetten waren Renner in den Kinos, wurden die besten Werbeträger für die Stars und ihre Schlager. Das Aus für diese Werbefilmchen kam überraschend durch die ersten Musikvideos aus den Studios von Mike Leckebusch in Bremen und Dolezal und Rossacher in Wien.

Wie beurteilen Sie die heutige Schlagerszene? Gibt es Künstler, deren Potential mit jenem von Caterina Valente, Peter Alexander, Udo Jürgens zu vergleichen ist?

Zeitgeist und Zeitgeschmack prägen natürlich auch das heutige Schlagerbild. Die Super-Schlagerstars Hele-Fischer oder Andrea Berg stehen in nichts damaligen Topstars wie Peter Alexander oder Caterina Valente nach. Die Dauerbrenner Udo Jürgens oder

Jürgen Drews haben Platz gemacht für Tim Bendzko, Frida Gold, Christina Stürmer, Pur oder 2raumwohnung, um nur einige zu nennen. Dabei ist ein ganz besonderes Merkmal der aktuellen Schlagerszene, dass eine Vielzahl der Interpreten ihre Songs selbst schreibt: Text wie auch Musik! Daneben haben sich aber auch „Hitschreiber“ wie Dieter Bohlen, Inga Humpe, Stefan Raab, Frank Ramond, Eugen Römer oder Ralph Siegel mit Millionensellern etablieren können. Der Schlager war und ist nicht nur ein gigantischer Wirtschaftsfaktor, sondern vermittelt auch das jeweilige Lebensgefühl ganzer Generationen. Der schon oft totgesagte Schlager in Deutschland hat viele Turbulenzen überlebt, mörderische Nazis, rockende Megabands und keifende Politiker, aber immer wieder häutet sich die Schlagerszene und bringt neue Stars und herzerfrischende Gassenhauer unters Volk. Vom *Kleinen grünen Kaktus* bis zu *Tage wie diese* – der Schlager ist ein Stück Kulturgut.

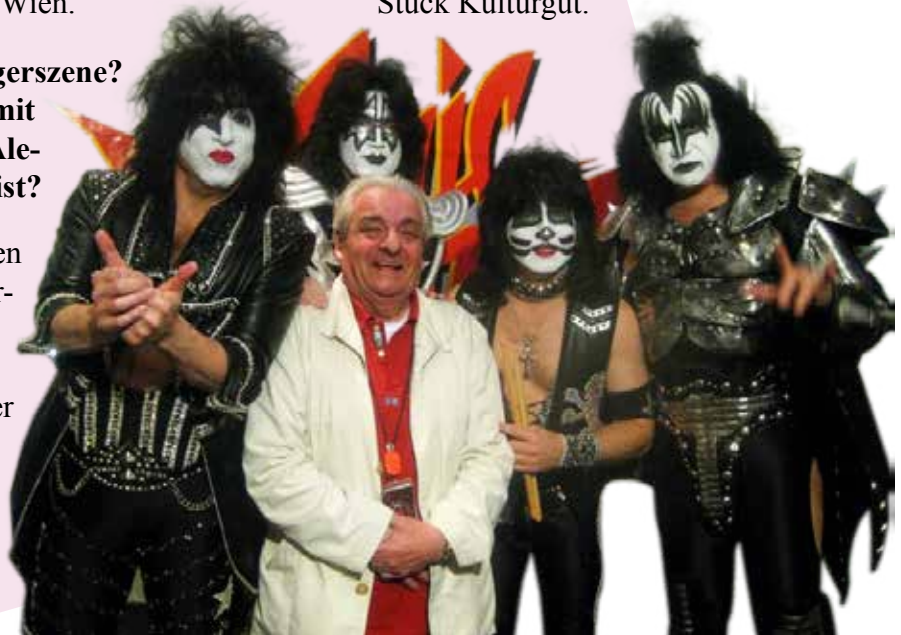


Abb.: Hansi Hoffmann mit der US-Rockband KISS © Hansi Hoffmann



Musik des Homo Oeconomicus? Volkswirtschaft und Schlager

Robert Bosch, Patrick Getzmann, Volker Pesch und Martin Quaas

Einleitung

Die moderne Volkswirtschaftslehre geht vom Prinzip der Konsumentensouveränität aus. Das zugehörige Menschenbild ist der *homo oeconomicus*, einem Menschen, dessen Wahlhandlungen sich anhand gegebener und rationaler Präferenzen beschreiben lassen. Was ist die richtige Musik für einen *homo oeconomicus*? Zweifellos eine, die sich nach seinen Präferenzen richtet und seine Bedürfnisse gut bedient; der Schlager also? In der Tat könnte man sagen, dass der Schlager wie kaum eine andere musikalische Gattung auf die Bedürfnisse der Konsumenten eingeht. Während Künstler anderer Genres versuchen, den Geschmack der Rezipienten zu beeinflussen, neue Stile und Formen der Musik zu entwickeln, geht die Schlagermusik in weiten Teilen vom Bestehenden aus. Insofern der Schlager der Bedürfnisbefriedigung der Konsumenten dient, ist er ein populäres Lied, also ein klassisches ökonomisches Gut.¹ Paul Simon stellt dazu fest: „The fact of the matter is that popular music is one of the industries of the country. It's all completely tied up with capitalism. It's stupid to separate it.“² (Zitiert nach Connolly und Krueger 2005, S. 2). Insofern wäre der Schlager die richtige Musik für den *homo oeconomicus*.

Wirtschaftliches Handeln dient dem wechselseitigen Vorteil. Nicht nur den Konsumenten nutzen die gehandelten Güter, auch die Hersteller verdie-

nen daran. Die Schlagerindustrie folgt wirtschaftlichen Anreizen: Sie bedient die Bedürfnisse der Menschen und erwirtschaftet damit Umsatz und Gewinn. Schlagermusik ist insofern auch die Musik, die ein *homo oeconomicus* bevorzugt herstellen würde, denn im Gegensatz zu vielen anderen Kunstschaaffenden, können (viele) Schlagermusiker von ihrer Arbeit leben. Somit grenzt sich der Schlager und seine Protagonisten von zeitgenössischen Künstlern ab, denn er hat eine weite Hörerschaft und ist nicht auf öffentliche Subventionen angewiesen, um Verbreitung zu finden (Connolly und Krueger 2005, S. 2).

Dementsprechend liegt es nahe, Schlagermusik aus volkswirtschaftlicher Perspektive zu betrachten, weshalb wir die wirtschaftlichen Erfolge des Schlagers untersuchen. Dazu stellen wir zunächst die Funktionsweise der Schlagerindustrie dar und zeigen die verschiedenen Einkommensquellen auf. Denn Deutschland ist mit einem Umsatz von 1,435 Mrd. Euro im Jahr 2012³ weltweit der viertgrößte Tonträgermusikmarkt nach den USA, Japan und Großbritannien. Mindestens 70 Millionen Euro⁴ davon entfallen nach offizieller Lesart auf den Schlager. (BVMI 2012, S. 9 und S. 45). Möglicherweise geht der Zusammenhang zwischen Schlagern und gesamtwirtschaftlicher Entwicklung aber noch tiefer. Daher stellt sich u.a. die Frage, ob Lieder, die die gesamtwirtschaftliche Stimmung reflektieren, besonders erfolgreich sind, oder haben Schlager sogar einen Einfluss auf die wirtschaftliche Ent-

1) Inzwischen ist auch im deutschen Sprachgebrauch der Begriff Popmusik üblich. In diesem Aufsatz verwenden wir das deutsche Wort Schlagermusik synonym zu Popmusik.

2) Übersetzung: „In der Tat ist Schlagermusik eine Industrie. Sie ist verwoben mit dem Kapitalismus. Es wäre dumm, diesen Zusammenhang nicht zu sehen.“ (Anm. d.V.)

3) Gesamtumsatz zu Endverbraucherpreise inkl. Mehrwertsteuer (BVMI 2012, S. 9)

4) 4,9 Prozent Umsatzanteil am Gesamtumsatz (BVMI 2012, S. 45)



Januar | 04-14
24. Januar 2014, Jahrgang 56
www.musikmarkt.de

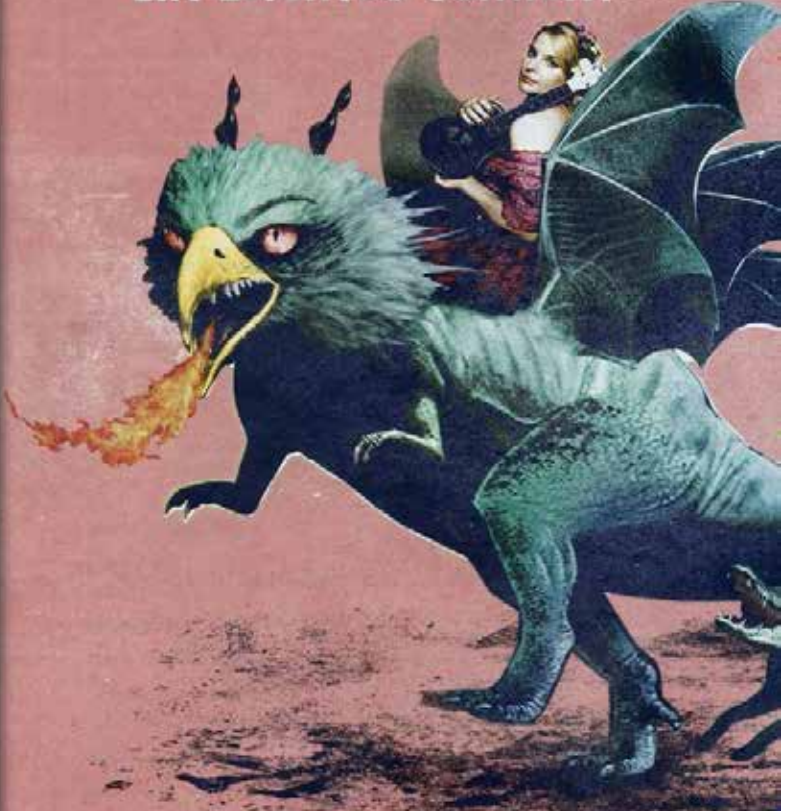
musikmarkt

Das Branchenmagazin

charts
service

JUDITH HOLOFERNES

EIN LEICHTES SCHWERT



07.02.2014

Als CD / Farbige Vinyl / Exklusive Box / Download

four music

Tourdaten und weiteres auf:
WWW.JUDITHHOLOFERNES.DE

DÄRÄNG
DÄNGDÄNG
RECORDS

Abb.: Musikmarkt, Fachzeitschrift der deutschsprachigen Musikwirtschaft



Abb.: „Club-Gut“, Andrea Berg-Auftritt in Leipzig, 2011 © picture alliance / picturedesk.com



wicklung des Landes? Diesen Punkten widmet sich das abschließende dritte Kapitel.

Schlagerindustrie und ihre wirtschaftliche Bedeutung in Deutschland

Aus wirtschaftlicher Sicht existiert kein prinzipieller Unterschied zwischen der deutschsprachigen Schlager- und der englischsprachigen Popmusik. Dementsprechend funktioniert die hiesige Schlagerindustrie genauso wie die Ökonomie populärer Musik in den USA und anderswo. Zunächst muss man sich darüber klar werden, dass die Schlagerindustrie nicht nur ein einzelnes Gut (die Musik) herstellt, sondern eine Vielzahl von Produkten. Musik wird konsumiert in Konzerten, durch das private Abspielen von physischen Tonträgern (Schallplatten, CDs etc.) oder Musikdateien (z.B. mp3), beim Hören von Radiosendungen, beim Anschauen von Filmen im Kino, beim Fernsehen, bei Tanzveranstaltungen oder nebenbei in Kneipen und Restaurants und nicht zuletzt auch in Form von Klingeltönen.

Diese verschiedenen Produkte haben unterschiedliche ökonomische Eigenschaften. Insbesondere unterscheidet die Volkswirtschaftslehre zwischen privaten Gütern, Club-Gütern und öffentlichen Gütern. Auch wenn die Unterscheidung in der Praxis nicht immer ganz trennscharf ist, lassen sich diese Güter anhand der Charakteristika der (Nicht-)Rivalität und der (Nicht-)Ausschließbarkeit vom Konsum unterscheiden.

Ein privates Gut zeichnet sich durch Rivalität und Ausschließbarkeit vom Konsum aus. Es gehört einem Konsumenten und kann von nur einem Konsumenten zugleich genutzt werden. Ein physischer

Tonträger (z.B. eine CD) kommt solch einem privaten Gut recht nahe. Im Unterschied dazu kann ein Club-Gut von vielen Konsumenten zeitgleich genutzt werden: Es besteht keine Rivalität des Konsums. Bei einem Club-Gut ist jedoch die Anzahl der Nutzer beschränkt. Ein Konzert ist ein klassisches Beispiel eines Club-Gutes. Während sich die Besucher eines Konzerts gleichermaßen an der Musik erfreuen können, lassen sich andere von der Teilnahme ausschließen. Bei einem öffentlichen Gut schließlich gibt es weder Rivalität im Konsum noch eine Ausschließbarkeit vom Konsum. Musik, die im Radio gespielt wird, ist ein öffentliches Gut.

Ökonomisches Handeln funktioniert besonders gut bei privaten Gütern. Bei Club-Gütern besteht eine Schwierigkeit darin, dass Ausschließbarkeit häufig mit Kosten verbunden ist. Öffentliche Güter müssen häufig vom Staat bereitgestellt werden, weil die individuellen wirtschaftlichen Anreize in der Regel nicht ausreichen, um öffentliche Güter in ausreichendem – effizientem – Umfang bereitzustellen. Das ist auch einer der Gründe, warum viele (hochkulturelle) Kunstformen staatliche Unterstützung erhalten.

Während der Hauptumsatz der Schlagerindustrie bei den Tonträgerverkäufen liegt (dazu später mehr), erzielen Künstler den größten Teil ihrer Einnahmen typischerweise aus Konzertauftritten. Das gilt insbesondere für unbekannte Interpreten, die nur geringe Einnahmen aus dem Verkauf von Tonträgern erzielen. Aber selbst für die erfolgreichsten Künstler sind Auftritte eine wichtige Einnahmequelle. So erzielten 31 der 35 Top-Verdiener im Musikgeschäft im Jahr 2002 den größten Teil ihrer Einkünfte durch Konzertauftritte (Connolly

und Krueger 2005, S. 5).

Am Anfang der Wertschöpfungskette⁵ in der Schlagerindustrie steht selbstverständlich der Urheber (Komponist und Textdichter) des Musikstücks, wobei der Urheber auch Interpret sein kann. Jedoch ist im Schlager weit verbreitet, dass die Interpreten nicht Urheber sind, sondern Werke anderer singen, auch in Form von Adaptionen englischsprachiger Stücke (vgl. z.B. Bardong et al. 1994, S. 164). Wir konzentrieren uns hier aber auf den Fall, dass der Musiker (oder die Musikgruppe) zugleich auch Urheber ist.

Künstler werden in der Regel von Managern vertreten, die im Zentrum der Wertschöpfungskette stehen. Sie handeln die Verträge mit den Agenten aus, die die verschiedenen Produkte (Konzerte, Tonträger, Verlagsrechte) weiter vermarkten. Diesen Produkten wenden wir uns nun im Einzelnen zu.

Konzertauftritte sind, wie erwähnt, die Haupteinnahmequelle für Künstler. Dafür handeln Manager Verträge mit Konzertveranstaltern aus. Dieser übernimmt wiederum die Aufgaben, den Veranstaltungsort zu buchen, für das Konzert zu werben und Eintrittskarten zu verkaufen. Oftmals gibt es verschiedene Kategorien von Eintrittskarten zu unterschiedlichen Preisen. Diese sogenannte Preisdiskriminierung ermöglicht es einem Anbieter mit Marktmacht, seine Einnahmen zu erhöhen: Von Konsumenten mit hoher Zahlungsbereitschaft bekommt er mehr als den Wettbewerbspreis für das angebotene Produkt. Marktmacht erhalten die

Konzertveranstalter bei einer Monopolstellung der Künstler (Connolly und Krueger 2005, S. 10). Ihre Musik hat Besonderheiten, die die Anhänger dieser Künstler besonders schätzen. Sie würden nicht ohne Weiteres ein anderes Konzert besuchen. Ökonomisch gesprochen stellen die Musiker differenzierte Produkte her und haben oft eine treue Anhängerschaft. Dass Konzertveranstalter preisdiskriminierend agieren, liegt daher aus volkswirtschaftlicher Sicht nahe. Es ist eher verwunderlich, dass der Umfang der Preisdiskriminierung und der Ausschöpfung der Marktmacht recht begrenzt ist. Trotz ausverkaufter Hallen könnten die Ticketpreise so erhöht werden, dass bei praktisch gleichen Kosten ein höherer Erlös zu erzielen wäre.

Erfolgreiche Schlagerinterpreten haben auch Verträge mit Tonträgerfirmen. Diese Firmen sind gelegentlich an der Veranstaltung von Konzerten beteiligt, aber das ist eher die Ausnahme als die Regel. Insgesamt erzielen die meisten Schlagerkünstler nur (noch) einen geringen Anteil des Einkommens aus Tonträgerverkäufen. Der Plattenvertrag garantiert einem Künstler (manchmal) einen Vorschuss bei Vertragsabschluss und Honorare für Tonträger, die über eine vereinbarte Grenze hinaus verkauft werden. Oft wird diese Grenze nicht erreicht, so dass das einzige Einkommen aus dem Plattenvertrag im Vorschuss besteht.

Physische Tonträger machen mit knapp 80 Prozent am Gesamtumsatz der durch Tonträgerfirmen realisierten Geschäftsfelder den Löwenanteil aus. Die restlichen 20 Prozent des Umsatzes werden digital erwirtschaftet. 2012 wurden in Deutschland 112 Millionen Musikalben verkauft, die meisten davon (93 Millionen) CDs. Allerdings können auch Vinyl-

5) Die Wertschöpfungskette ist die Abfolge von Prozessen, an deren Ende ein Konsumprodukt steht



Schallplatten in Nischenmärkten wieder Zuwächse verzeichnen. Zusätzlich zu den Musikalben wurden 2012 rund 100 Millionen Singles verkauft, davon rund 97 Prozent als Single-Downloads (BVMI 2012, S. 19).

Urheber haben darüber hinaus Verträge mit Musikverlagen, die sich um die Rechteverwertung kümmern. Musikverlage hängen oft, aber nicht immer, mit den Plattenfirmen zusammen. Die traditionelle Aufteilung der Einnahmen aus der Rechteverwertung zwischen Verlag und Musiker beträgt 50/50 (Connolly und Krueger 2005, S. 38).

Wir haben oben bereits erläutert, dass ein musikalischer Inhalt – ein bestimmter Schlager – ökonomisch als öffentliches Gut zu verstehen ist. Der Konsum des Musikstücks ist weder rival, d.h., es kann zugleich von mehreren gehört werden, noch ist es ohne Weiteres möglich, jemanden davon auszuschließen, das Musikstück durch das Mithören beim Abspielen eines Tonträgers oder durch eigene musikalische Darbietung zu konsumieren. Die ökonomischen Anreize sind in einer solchen Situation so, dass weniger als gesamtgesellschaftlich wünschenswert von diesen öffentlichen Gütern bereitgestellt wird (Nordhaus 1969). Für die Schlagerindustrie, so wie für andere Bereiche, in denen

nicht-materielle Inhalte wesentlich sind, sind daher von staatlicher Seite geistige Eigentumsrechte (Urheberrecht) eingeführt worden.

In Deutschland werden die geistigen Eigentumsrechte für die meisten Musikurheber seit 1947 von der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) wahrgenommen und verwertet. Die GEMA ist vereinsrechtlich organisiert, was bedeutet, dass die Mitgliedschaft eines Urhebers in der GEMA freiwillig ist. Anders als in Ländern wie den USA, wo es mehrere konkurrierende Verwertungsgesellschaften gibt, ist die GEMA (noch) die einzige Verwertungsgesellschaft, die die Rechte der Musikurheber in Deutschland wahrnimmt.

Wie die Bezeichnung der GEMA andeutet, gibt es verschiedene Rechte, die separat erworben werden müssen. Diese umfassen erstens das mechanische Vervielfältigungsrecht, also das Recht, Tonträger mit der Musik des

Künstlers herzustellen. Bei audio-visuellen Medien entspricht das Synchronisationsrecht dem mechanischen Vervielfältigungsrecht. Die zweite zentrale Kategorie von Rechten sind die Aufführungsrechte. Aufführungen sind insbesondere öffentliche Vorführungen von Tonträgern, im Radio,



in Film und Fernsehen oder bei Tanzveranstaltungen, in Kneipen und Restaurants.

Die Verwertung dieser geistigen Eigentumsrechte verschafft den Urhebern einen finanziellen Anreiz, Musik zu schaffen sowie den Tonträgerfirmen, Märkte für den Nachwuchs unter den Musikschaftern zu erschließen. Weltweit fließt etwa ein Sechstel der Umsätze der Tonträgerindustrie in diesen Aufbau neuer Talente (BVMI 2012). Zugleich führt die Festlegung geistiger Eigentumsrechte durch ein strenges Urheberrecht aber dazu, dass Urheber so etwas wie ein Monopol auf ihr Werk erhalten: Nur sie können die aus diesem Werk hervorgehenden Konsumprodukte anbieten. Dass andere Anbieter ein sehr ähnliches, direkt konkurrierendes Musikstück veröffentlichen, ist gesetzlich verboten. Das gilt insbesondere für die Musik besonders erfolgreicher Künstler; die Schlagermusik ist eine sogenannte „Superstar-Industrie“. Die Einkommensverteilung ist rechtsschief: Ein kleiner Anteil der Künstler erhält einen großen Anteil des Gesamteinkommens der Musikindustrie (Connolly und Krueger 2005, S. 34 ff.). Das mag zum Teil auch an der Marktmacht liegen, die Künstler aufgrund strenger geistiger Eigentumsrechte haben.

Aus ökonomischer Sicht gilt es, die beiden Probleme gegeneinander abzuwägen (Nordhaus 1969): Stärkere Eigentumsrechte für Urheber von Musikstücken führen dazu, dass es attraktiver wird, neue Musik zu schaffen. Andererseits haben Urheber, die eine starke Monopolstellung in ihrem Bereich haben, umgekehrt den Anreiz, nicht zu viel neue Musik zu produzieren, sondern möglichst hohe Erlöse mit dem bereits produzierten Musikgut zu erzielen. Wie bei den Musikstücken generell, han-

delt es sich auch bei Radiosendungen in der Regel um öffentliche Güter. Das spiegelt sich darin wider, dass das Radio die Musik in der Regel kostenlos anbietet. Für die Künstler, Plattenfirmen und Musikverlage bedeutet dies, dass die Gesamtsummen, die Radiosender ihnen direkt für das Abspielen der Stücke zahlen, eher gering ausfallen. Die Einnahmen aus Leistungsschutzrechten, also die Lizenzentnahmen aus der Verwendung von Musik stagnierten im Jahr 2012 mit 107 Millionen Euro⁶ auf dem Niveau des Vorjahrs (BVMI 2012, S. 10) – eine im Gegensatz zu den Umsätzen im Tonträgergeschäft eher geringe Summe. Allerdings stellt im Radio gespielte Musik eine häufig unverzichtbare Werbung für die Produkte (Tonträger und Konzerte) dar. Dieser Effekt ist für Plattenfirmen so wichtig, dass es zur gängigen Praxis wurde, an die DJs der Radiosendungen heranzutreten und ihnen Geschenke oder Geld dafür anzubieten, dass sie bestimmte Musikstücke bevorzugt ins Programm nehmen. Inzwischen ist dieses sogenannte Payola allerdings illegal.

In der Musikindustrie spielt der technische Fortschritt eine bedeutende Rolle: Die Erfindungen von Radio, Fernsehen, LP, Musikkassette, CD, mp3, dem Internet und dergleichen haben ihre Einnahmequellen und Umsätze maßgeblich beeinflusst. Umgekehrt hängt die Verbreitung bestimmter Technologien (z.B. der CD) maßgeblich davon ab, in welchem Umfang musikalische Inhalte mit Hilfe dieser Technik bereitgestellt werden.

Sehr strikte geistige Eigentumsrechte können, wegen der Abhängigkeit von den Inhalten, den techni-

⁶ GVL Pressemitteilung Jahresabschluss 2012



Wenn in Florenz die Rosen blühen

Text: Ralph Maria Siegel LIED Musik: Gerhard Winkler

MAESTOSO

Wenn in Florenz die Rosen blühen, möd' ich so ganz gern

linden ziehen! der deine Pracht mit angesehen - und mein Leben ganz an ver-

»Stimme Nr. 6 - 16 stellig

Abb.: Originale Partitur Wenn in Florenz die Rosen blüh'n, in der Urheberschaft von Gerhard Winkler (Musik) und Ralph Maria Siegel (Text), 1952, Gerhard-Winkler-Musikarchiv

schen Fortschritt auch behindern. In der Volkswirtschaftslehre wird daher kontrovers diskutiert, ob eine nicht regulierte Verbreitung von Musikstücken über das Internet wirtschaftlich gut oder schlecht ist. Nach dem gegenwärtigen Erkenntnisstand sind Downloads nicht für den Rückgang von Tonträgerverkäufen verantwortlich (Oberholzer-Gee und Strumpf 2007). Andererseits befürchten Künstler wie David Bowie, dass die Einnahmen aus Plattenverkäufen langfristig bedeutungslos würden, wie folgendes Zitat belegt, das die sogenannte Bowie Theorie zusammenfasst „You‘d better be prepared for doing a lot of touring because that‘ s really the only unique situation that‘ s going to be left.“⁷ (Zitiert nach Connolly und Krueger 2005, S. 24)

Wie hängen volkswirtschaftliche Entwicklung und Schlager zusammen?

Wir kommen nun zur Frage, ob es auf inhaltlicher Ebene einen Zusammenhang zwischen Schlagermusik und gesamtwirtschaftlicher Entwicklung gibt. Unsere Herangehensweise an diese Frage besteht darin, dass wir uns wesentliche Kenngrößen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Zeitverlauf anschauen und diesen in jedem Jahr den jeweils populärsten Titel der Schlagermusik zuordnen.

Als Indikatoren für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung verwenden wir das Wirtschaftswachstum gemessen an der Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts berechnet nach den BIP-Daten der

Bundesbank⁸ sowie die Arbeitslosenquote aller abhängigen zivilen Erwerbspersonen nach Angaben des Statistischen Bundesamts⁹.

Als den populärsten Titel eines Jahres haben wir jeweils das Lied betrachtet, das im jeweiligen Jahr für die längste Dauer ein Nummer-Eins-Hit in Deutschland war. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf die deutschsprachige Schlagermusik, da es hier näher liegt, dass deutsche Hörer einen inhaltlichen Zusammenhang zwischen der Musik und der gesamtwirtschaftlichen Lage hergestellt haben. Daher verwenden wir für unsere Untersuchung jeweils den am längsten als Nummer Eins platzierten deutschsprachigen Titel.

Nicht immer gab es jedoch einen deutschsprachigen Nummer-Eins-Hit, denn Schlagerkonsumenten sind eher Albumkäufer. Im Jahr 2012 gab es zwar keine Single-Platzierung für einen deutschsprachigen Schlager in den Top-25-Charts, Streaming oder im Airplay, unter den Alben fanden sich hingegen auf Platz 19 Helene Fischer (*Für einen Tag*), auf Platz 23 Andrea Berg (*Abenteuer*) und auf Platz 25 wiederum Helene Fischer (*Best of*). Für die Jahre ohne deutschsprachigen Nummer-Eins-Schlager verwenden wir stattdessen jeweils den am längsten als Nummer Eins platzierten anderssprachigen Titel.

In der rechten Abbildung sind diese jeweils beliebtesten Titel dem Verlauf der Wirtschaftswachs-

7) Übersetzung: „Du solltest bereit sein, oft auf Konzertreisen zu sein, denn das wird die einzig verbleibende Einnahmequelle sein.“ (Anm. d.V.)

8) http://www.bundesbank.de/Navigation/DE/Statistiken/Zeitreihen_Datenbanken/Makrooekonomische_Zeitreihen/its_list_node.html?listId=www_s311_lr_bip

9) <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/LangeReihen/Arbeitsmarkt/lrarb003.html>

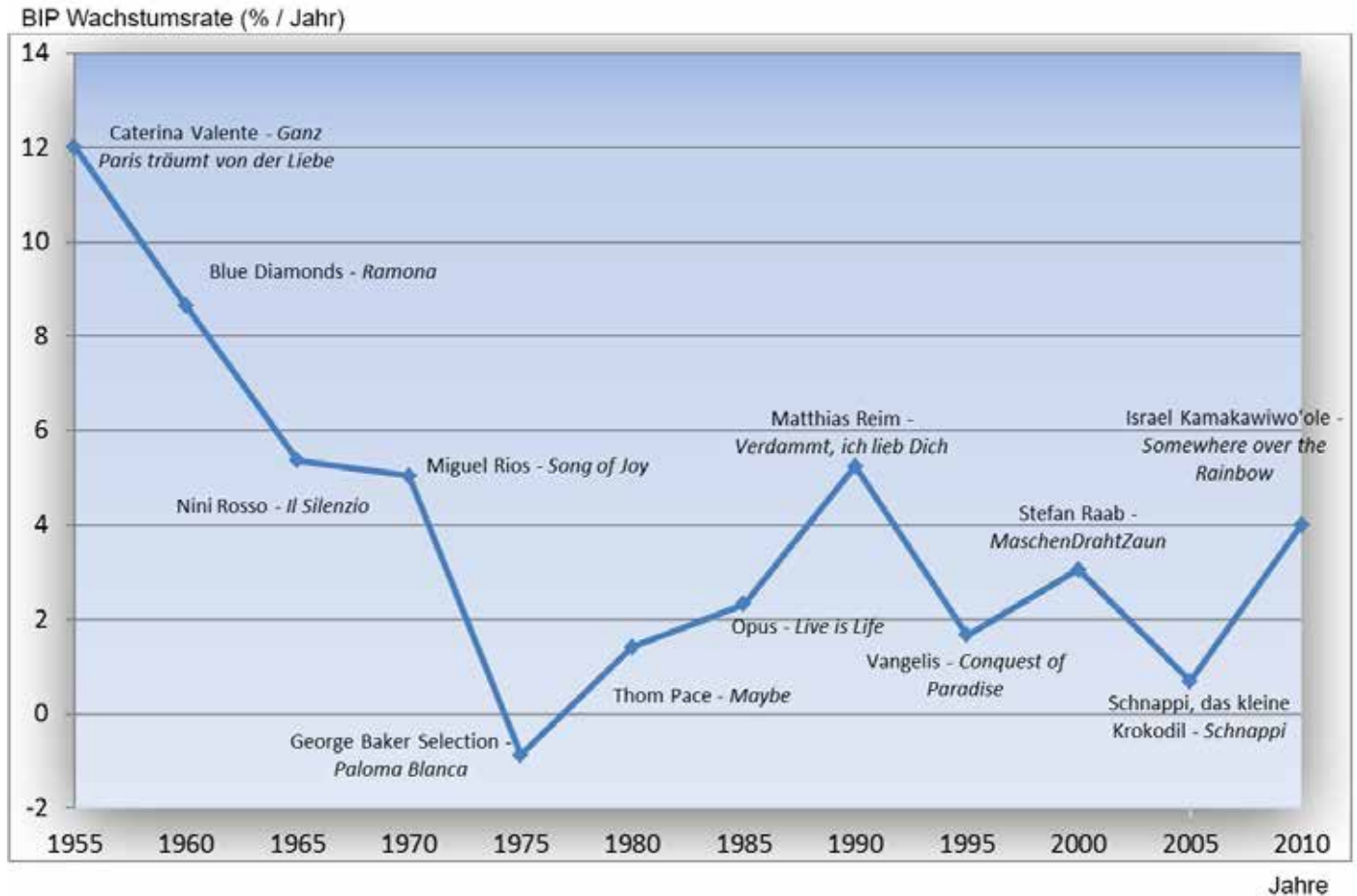


Abb.: Verlauf der Wirtschaftswachstumsrate zwischen 1954 und 2010. Zu jedem Datenpunkt eingetragen sind die deutschsprachigen Schlager, die als Single jeweils die längste Nummer-Eins-Platzierung hatten. In Jahren ohne deutschsprachigen Nummer-Eins-Schlager ist jeweils der am längsten als Nummer-Eins platzierte anderssprachige Titel angegeben.

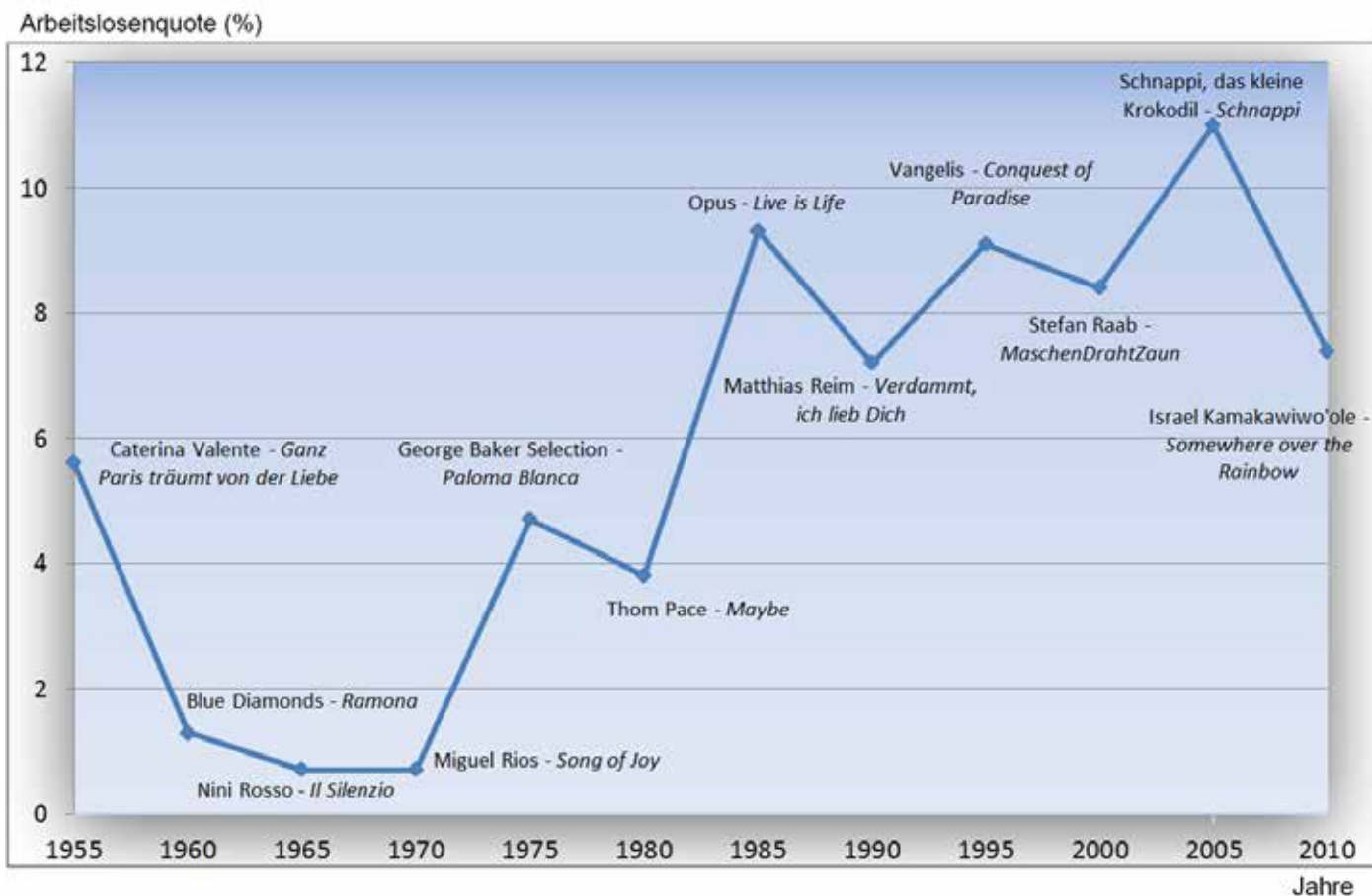


Abb.: Verlauf der Arbeitslosenquote zwischen 1955 und 2010. Zu jedem Datenpunkt eingetragen sind die deutschsprachigen Schlager, die als Single jeweils die längste Nummer-Eins-Platzierung hatten. In Jahren ohne deutschsprachigen Nummer-Eins-Schlager ist jeweils der am längsten als Nummer-Eins platzierte anderssprachige Titel angegeben.



tumsrate (BIP) zwischen 1954 und 2010 zugeordnet. Die Abbildung auf der linken Seite zeigt den Verlauf der Arbeitslosenquote zwischen 1955 und 2010; wiederum ist jedem Datenpunkt das in dem jeweiligen Jahr beliebteste Lied zugeordnet.¹⁰ Es lässt sich beobachten, dass zu Beginn der hier betrachteten Zeitreihe deutschsprachige Lieder die Charts in der Regel angeführt haben. In den sechziger und siebziger Jahren waren vor allem englischsprachige Stücke beliebt. Anfang der Achtziger waren im Zuge der Neuen Deutschen Welle vor allem deutschsprachige Lieder in den Charts vertreten. Mit einigen Unterbrechungen ist seitdem die deutschsprachige Musik wieder zunehmend beliebt.

Der Verlauf des Wirtschaftswachstums zeigt ein bekanntes historisches Bild, mit Rezessionen – Phasen negativen Wirtschaftswachstums – in den Jahren 1967, nachdem der Wiederaufbau abgeschlossen war, 1975 infolge der Ölkrisen, 1982 nach dem Iran-Irak-Krieg, 1993 nach dem Boom durch die deutsche Wiedervereinigung, 2003 nach dem Platzen der sogenannten Internetblase und 2008 im Zusammenhang mit der Bankenkrise (Räth 2009). Ebenso bekannt ist der historische Verlauf der Arbeitslosenquote: Während des Wiederaufbaus nach dem Zweiten Weltkrieg ist ein stetiger Rückgang der Arbeitslosenquoten zu verzeichnen, mit einer Phase der Vollbeschäftigung in den 1960er und zu Beginn der 1970er Jahre. Danach stiegen die Arbeitslosenzahlen über einen längeren Zeitraum an, mit Phasen des Rückgangs in den zweiten Hälften der 1970er, 1980er und 1990er Jahre. Die hohe

Arbeitslosigkeit galt über einen langen Zeitraum als eine der zentralen wirtschaftspolitischen Herausforderungen in Deutschland. Erst in den letzten Jahren der hier betrachteten Zeitreihe zeichnet sich ein etwas dauerhafterer Rückgang der Arbeitslosenquote ab.

Lassen sich Querverbindungen zwischen der jeweils zeitgemäßen Schlagermusik und diesen gesamtwirtschaftlichen Indikatoren ziehen? Mit dieser Frage wollen wir uns in den folgenden Abschnitten etwas genauer auseinander setzen.

Die fünfziger Jahre zeichnen sich insbesondere durch fallende Arbeitslosigkeit und hohe Wirtschaftswachstumsraten aus. Im Vordergrund des Bewusstseins stehen aber vermutlich weniger die recht positiven wirtschaftlichen Aussichten als vielmehr die Erinnerung an die Schrecken des vergangenen Krieges und der notwendige Wiederaufbau. Man besinnt sich musikalisch augenscheinlich auf die vermeintliche Gefühlswelt und die schönen Dinge des Lebens. Der Nummer-Eins-Hit von 1953 *Es hängt ein Pferdehelfter an der Wand* erzählt die Geschichte vom Verlust eines als Kameraden bezeichneten Pferdes, was sich heute nur allzu leicht als Synonym für die vielen noch nicht wiedergekehrten und oftmals auch nicht wiederkehrenden Männern deuten lässt. Mit dem 1954 beliebten *Heideröslein* und dem Nummer-Eins-Titel *Ganz Paris träumt von der Liebe* von 1955 kristallisiert sich aber bereits eine Veränderung heraus, die durch den größer werdenden Abstand zum Kriegsende gedeutet werden kann. Zusätzlich wirkt sich die Verbesserung der wirtschaftlichen Umstände im Zuge des sogenannten Wirtschaftswunders auf die musikalischen Vorlieben aus. Ver-

10) Eine Jahresaufschlüsselung für beide Diagramme befindet sich im Anhang

meintliches Glück und Zweisamkeit sind anscheinend die großen Interessen des Volkes. Auch im heute noch beliebten Hit *Heimat* von Freddy Quinn geht es 1956 vorwiegend um die Liebe und das Alleinsein. Die Arbeitslosenquote hat sich alleine zwischen 1953 und 1956 von acht auf vier Prozent halbiert, Tendenz fallend. Kein Wunder also, dass auch schwer verständliche, da englischsprachige Titel an der Spitze der Charts stehen, wie es 1957 Harry Belafonte mit seinem, sehr rasantem und beschwingendem *Banana Boat Song* als vermutlich reinem Spaßtitel geschafft hat. Genauso fröhlich geht es 1958 mit dem *River Kwai March* weiter, welcher zwar aufgrund seines fehlenden Texts verwundern mag, aber aufgrund seiner Melodie auch heute noch beliebt und bekannt ist. Im Gegensatz zu 1958 wird der Titel mittlerweile aber eher mit einem Kräuterlikör als mit dem sehr erfolgreichen Film *Die Brücke am Kwai* in Verbindung gebracht.

Mit einer erneut stark gesunkenen Arbeitslosenquote von nur noch 2,6 Prozent scheinen die größten Probleme und Sehnsüchte der Menschen Liebe, Sehnsucht und mittlerweile auch das Fernweh zu sein, welche Freddy Quinn 1959 in seinem Schlager *Die Gitarre und das Meer* zusammenfasst. Die sechziger Jahre knüpfen mit dem Titel *Ramona* (1960) nahtlos an das vorherige Jahrzehnt an, auch oder gerade weil die Arbeitslosenquote weiterhin sinkt und sich mit einem kleinen Ausreißer im Jahre 1967 der Vollbeschäftigung nähert. So wie die Wirtschaft sich stärker den internationalen Märkten öffnet – die Exportzahlen steigen rasant an – werden auch Nummer-Eins-Platzierungen immer internationaler. Können sich zum Anfang der Sechziger noch Freddy Quinn mit *Junge komm bald*

wieder (1962), Gitta mit dem *Ich will 'nen Cowboy als Mann* (1963) sowie Siw Malmkvist mit *Liebeskummer lohnt sich nicht* (1964) an die Spitze singen, folgen darauf Titel wie *Il Silenzio* (1965), *Strangers in the Night* (1966) oder *Delilah* (1968).

Einen Wendepunkt markiert das Jahr 1969, in dem der englischsprachige Titel *Year 2525* die Charts anführt, der ein recht düsteres Zukunftsszenario entwirft. In der Tat entwickelt sich auch die Wirtschaft in den nächsten Jahren weitaus weniger gut als zuvor. Die Wirtschaftswunderjahre gehen zu Ende, die Arbeitslosenzahlen steigen und Wirtschaftswachstumsraten sinken. Aber auch die Musikpräferenzen ändern sich, zumindest, was die Top-Platzierungen betrifft. Mit der steigenden Kaufkraft der Jugend ändert sich auch die Musikrichtung der Hitparaden. Es wird jünger und rockiger, denn gerade die Musik stellt ein Unterscheidungsmerkmal dar, mit dem man sich von der „älteren“ Generation abgrenzen kann. Zwar wird an höheren Schulen bereits kurz nach dem Zweiten Weltkrieg Englisch unterrichtet, Hauptschulen (Volksschulen) beginnen damit aber erst Ende der sechziger Jahre. Somit werden Titel wie *Butterfly*, *Mamy Blue*, *Get Down* oder *Rock Your Baby* möglicherweise eher aufgrund Ihrer eingängigen Melodie und des Gesamtklangbildes an die Spitze der Charts gekauft als aufgrund der textlichen Inhalte. Die Rezession im Jahr 1975, verbunden mit einem Anstieg der Arbeitslosenquote auf 4,7 Prozent, wirft die Hitparade in frühere Muster zurück – sie scheint sich wieder an der älteren Generation zu orientieren, was mit *Paloma Blanca* auf dem ersten Platz deutlich wird. Doch bereits ein Jahr später kündigt sich mit Boney M's *Daddy Cool* bereits die



Abb.: Single Gitte, 1963

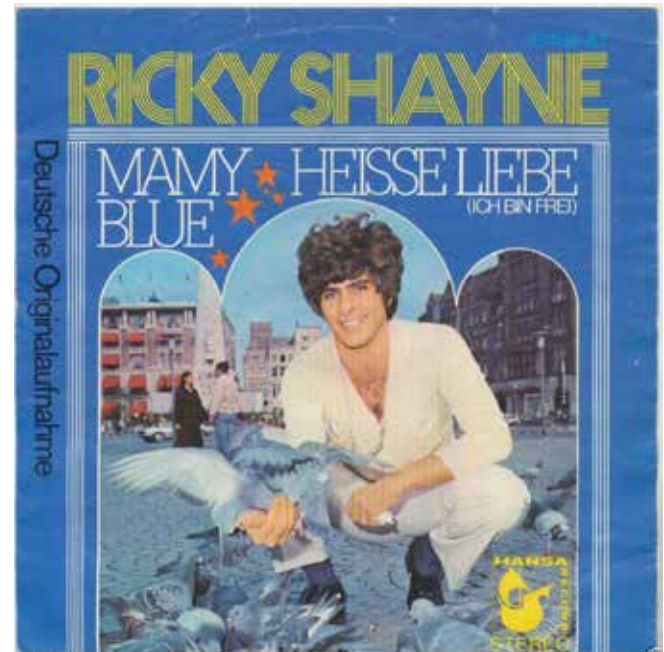


Abb.: Single Ricky Shayne, 1971

Discowelle an, die auch gesamtwirtschaftlich mit einer leichten Entspannung verbunden ist: Gegen Ende des Jahrzehnts steigen die Wachstumsraten wieder etwas an und die Arbeitslosenquote sinkt. Die Begleitmusik dazu bilden tanz- und partytaugliche Musik wie *Alice*, *Rivers of Babylon* und *Y.M.C.A.*

Die achtziger Jahre beginnen mit niedrigem bis negativem Wirtschaftswachstum, und die Arbeitslosenquote steigt massiv an. Verbunden ist das mit einem erneuten musikalischen Umschwung: Die Discomusik wird verdrängt durch deutschsprachige Lieder, mit einer Tendenz zu Ulk und Spaß. Die erste deutschsprachige Nummer-Eins-Platzierung seit über 16 Jahren ist der Schlager *Polonäse Blan-*

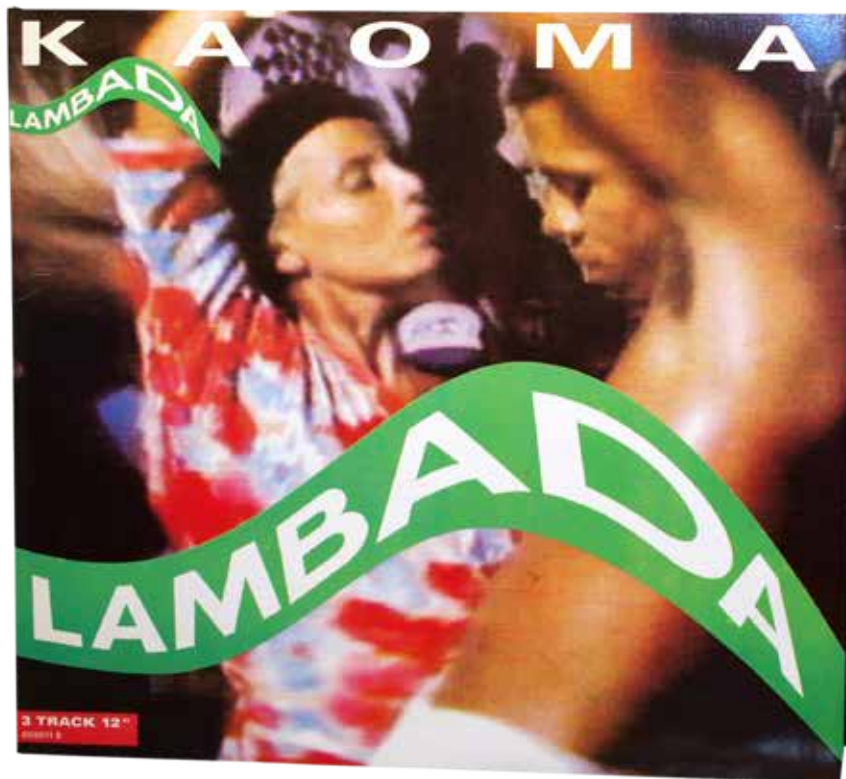
kenese, den Gottlieb Wendehals im Jahr 1981 landet. Die beliebtesten Titel der folgenden Jahre sind *Skandal im Sperrbezirk* und *Major Tom (völlig losgelöst)*, die mit ihren spaßigen Inhalten möglicherweise versuchen, von hohen und weiter steigenden Arbeitslosenquoten abzulenken. Eine insgesamt pessimistische Grundhaltung setzt sich dann aber im Jahr 1984 durch, in dem Nino de Angelos *Jenseits von Eden* das Lied ist, das mit seinem ernsten Text den Nerv der Zeit trifft. 1985 steht die Arbeitslosenquote auf dem Rekordhoch von 9,3 Prozent, und doch zeichnet sich in den Hitparaden bereits ein Stimmungsumschwung an. „*Life is life. Come on / stand up and dance*“ heißt es in dem gleichnamigen Nummer-Eins-Titel von 1985, und etwas später singt Bobby McFerrin sein *Don't worry*,

be happy. Tatsächlich sinkt die Arbeitslosenquote in den Folgejahren deutlich, und das Wirtschaftswachstum zieht kräftig an.

Diese positive wirtschaftliche Entwicklung, zusammen mit der Wiedervereinigung Deutschlands, die 1989 durch die Öffnung der Berliner Mauer ihren Anfang nahm, lassen die Menschen zunehmend feiern, tanzen und trinken. Das Lied *Lamba-*

musikalisch also wiederholt das Thema Liebe, Schmerz und Leid aufkommen zu lassen. 1991 ist die Arbeitslosenquote trotz der Wende auf 6,2 Prozent gesunken. Als sogenannte „Hymne der Wende“ ist das Lied *Wind of Change* der Scorpions auf Platz Eins der Charts. Ist das nur die Wende zu mehr Freiheit im Osten Deutschlands, oder deutet sich hier zugleich eine wirtschaftliche Wende an, die wieder eine Rezession und steigende Arbeitslosenquoten bringt? Die

Nummer-Eins-
Platzie-
rungen
der



fol-
genden

Jahre schei-

nen aus wirtschaft-

da verhilft nicht nur dem Getränk Rum zu neuen Verkaufsrekorden, auch der gleichnamige Tanz hat für manchen Partyspaß gesorgt. Das Jahr 1990 leitet Matthias Reim mit seinem Hit *Verdammt, ich lieb' Dich* ein. Sinkende Arbeitslosigkeit scheint

licher Sicht wenig aussagekräftig. Über das reggaeartige *A La La Long* (1992), die Rockbalade *What's up* (1993), der Eurodance Hit *Cotton Eye Joe* (1994) oder Kompositionen wie *Conquest of Paradise* sowie *Time to say Goodbye* ist dort ein



recht umfangreicher Mix aus verschiedenen Stilen vertreten.

Im Jahr 1997 erreicht die Arbeitslosenquote ein Rekordhoch von 10,6 Prozent, womit die Arbeitslosigkeit zum zentralen wirtschaftspolitischen Problem wird. In dieser Situation scheinen die Deutschen den Ausweg darin zu sehen, dass jeder zuerst an sich selbst denkt. Die Nummer-Eins-Hits dieser Jahre sind Lieder wie *Maschendrahtzaun* (2000) oder *Es ist geil ein Arschloch zu sein* (2001).

Die Schlager der folgenden Jahre kann man als eine Art Resignation interpretieren. Im Jahr 2005, in dem die Arbeitslosenquote mit 11 Prozent einen neuen Höchststand erreicht, lautet der beliebteste Titel *Schnappi, das kleine Krokodil*. Die Agenda 2010 mit den Kürzungen der Sozialleistungen („Schnie, Schna Schnappi / Schnappi Schnappie Schnapp“) scheint aber Erfolg zu haben. Die Arbeitslosenquote sinkt und das Wirtschaftswachstum zieht etwas an. Kurz vor der internationalen Wirtschaftskrise, die 2008 mit der Pleite von Lehman Brothers beginnt, findet sich ein deutscher Titel auf Platz Eins der Charts wieder: *Ein Stern, der deinen Namen trägt*.

Deutschland ist von der Krise weitaus weniger betroffen als die europäischen Nachbarländer, die Zinsen bleiben niedrig und die Arbeitslosenquote ist so gering wie seit Jahrzehnten nicht. Diese wirtschaftliche Stärke Deutschlands spiegelt sich auch in den Charts wieder. Die deutschsprachige Musik ist beliebt wie kaum jemals zuvor, mit 57,8 Prozent der Top-100-Alben dominiert sie die Charts 2012.

Fazit

Kann man den Schlager als die Musik des *homo oeconomicus* bezeichnen? Man kann es, wie unsere Untersuchung gezeigt hat. Die Herstellung von Schlagermusik folgt in stärkerem Maß ökonomischen Anreizen als andere Musik. Sie zielt darauf ab, Bedürfnisse zu befriedigen, und eine ökonomische Nachfrage zu bedienen.

Es ist geradezu die Definition des Schlagers, dass er wirtschaftlich ist, also auch ohne staatliche Subventionen Bestand hat. Allerdings ist festzuhalten, dass der Schlager, insofern er eine Kunstform ist, zugleich Präferenzen bildet und nicht einfach nur auf bestehende reagiert. Selbstverständlich kann die Bedeutung des Musikhörens für begeisterte Anhänger der Schlagermusik weit über die eines gewöhnlichen Marktgutes hinausgehen (Connolly und Krueger 2005, S. 2).

Wir haben darüber hinaus versucht, einen Zusammenhang zwischen gesamtwirtschaftlicher Entwicklung und den jeweils erfolgreichen Richtungen der Schlagermusik herzustellen. Auch wenn dieser Versuch in Teilen spekulativ bleibt, zeigen sich doch offensichtliche Zusammenhänge. Eine tiefergreifende Untersuchung dieser systemischen Wechselwirkung zwischen Kunst und Wirtschaft bleibt der zukünftigen Forschung überlassen.

Jahr	BIP Wachstum	A-Lose-Quote	Wochen # 1	Interpret	Titel
1953	8,844	8,4	4	Die Kilima Hawaiians	Es hängt ein Pferdehalter
1954	7,638	7,6	12	Friedel Hensch und die Cyprys	Heiderösein
1955	12,028	5,6	20	Caterina Valente	Ganz Paris
1956	7,637	4,4	14	Freddy Quinn	Heimweh
1957	5,885	3,7	13	Harry Belafonte	Banana Boat Song
1958	4,336	3,7	13	Mitch Miller	River Kwai March
1959	7,82	2,6	14	Freddy	Gitarre und das Meer
1960	8,655	1,3	11	Blue Diamonds	Ramona
1961	4,611	0,8	14	Billy Vaughn	Wheels
1962	4,655	0,7	14	Freddy Quinn	Junge
1963	2,828	0,8	10	Gitte	Cowboy als Mann
1964	6,646	0,8	10	Siw Malmkvist	Liebeskummer
1965	5,372	0,7	12	Nini Rosso	Il Silenzio
1966	2,778	0,7	8	Frank Sinatra	Strangers
1967	-0,298	2,1	8	Sandie Shaw	Puppet on a String
1968	5,448	1,5	9	Tom Jones	Delilah
1969	7,455	0,9	6	Zager & Evans	The Year 2525
1970	5,049	0,7	11	Miguel Rios	Song of Joy
1971	3,135	0,8	14	Danyel Gérard	Butterfly
1972	4,296	1,1	10	Pop Tops	Mamy Blue
1973	4,779	1,2	10	Gilbert O'Sullivan	Get Down
1974	0,89	2,6	10	George McCrae	Rock Your Baby
1975	-0,864	4,7	13	George Baker Selection	Paloma blanca
1976	4,95	4,6	12	Boney M.	Daddy Cool
1977	3,339	4,5	9	Smokie	Next Door to Alice
1978	3,009	4,3	16	Boney M.	Rivers of Babylon
1979	4,149	3,8	11	Village People	Y.M.C.A.
1980	1,418	3,8	9	Thom Pace	Maybe
1981	0,518	5,5	9	Gottlieb Wendehals	Polonäse Blankenese
1982	-0,391	7,5	8	Spider Murphy Gang	Skandal
1983	1,569	9,1	8	Peter Schilling	Major Tom
1984	2,827	9,1	7	Nino de Angelo	Jenseits von Eden
1985	2,329	9,3	7	Opus	Live Is Life
1986	2,29	9	8	Falco	Jeanny
1987	1,392	8,9	6	Bee Gees	You Win Again
1988	3,709	8,7	10	Bobby McFerrin	Don't Worry, Be Happy
1989	3,904	7,9	10	Kaoma	Lambada
1990	5,255	7,2	16	Matthias Reim	Verdammt, ich lieb' Dich
1991	5,105	6,2	11	Scorpions	Wind of Change
1992	1,912	6,4	12	Inner Circle	A La La Long
1993	-1,002	8	10	4 Non Blondes	What's Up
1994	2,472	9	10	Rednex	Cotton Eye Joe
1995	1,677	9,1	11	Vangelis	Conquest of Paradise
1996	0,791	9,9	13	Sarah Brightman & Andrea Bocelli	Time to Say Goodbye
1997	1,737	10,8	13	Sarah Brightman & Andrea Bocelli	Time to Say Goodbye



1998	1,862	10,3	13	Céline Dion	My Heart Will Go On
1999	1,871	9,6	11	Lou Bega	Mambo No. 5
2000	3,058	8,4	8	Stefan Raab	Maschen Draht Zaun
2001	1,514	8	9	Christian	Es ist geil
2002	0,01	8,5	11	Shakira	Whenever, Wherever
2003	-0,375	9,3	7	Die Gerd Show	Der Steuersong
2004	1,161	9,4	14	OZone	Dragostea din tei
2005	0,685	11	10	Schnappi, das kleine Krokodil	Schnappi
2006	3,7	10,2	9	Madonna	Hung Up
2007	3,269	8,3	9	DJ Ötzi & Nik P.	Ein Stern
2008	1,083	7,2	9	Timbaland presents OneRepublic	Apologize
2009	-5,145	7,7	11	Lady Gaga	Poker Face
2010	4,012	7,4	12	Israel Kamakawiwo ole	Somewhere over the Rainbow

Abb.: Wirtschaftswachstumsrate, Arbeitslosenquote und Jahreshits von 1953 bis 2010

Literaturverzeichnis

Bardong, Matthias / Demmler, Hermann und Pfarr, Christian (1995): Lexikon des deutschen Schlagers. Ludwigsburg.

BVMI (2012): Musikindustrie in Zahlen 2012. Berlin.

Conolly, Marie / Krueger, Alan B. (2005): Rockonomics: The Economics of Popular Music. NBER Working Paper No. 11282.

Nordhaus, William D. (1969): Invention, Growth, and Welfare: A Theoretical Treatment of Technological Change. Cambridge MA.

Oberholzer-Gee, Felix / Strumpf, Koleman (2007): The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis. In: Journal of Political Economy, 115 (1), S. 1–42.

Räth, Norbert (2009): Rezessionen in historischer Betrachtung. In: Statistisches Bundesamt: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Wiesbaden.

Autoren

Robert Bosch ist freier Mitarbeiter der VHS Essen im Bereich Gesellschaft – Politik – Geschichte und darüber hinaus Geschäftsführer eines Handwerksunternehmens. Für sein ehrenamtliches Engagement im Verein „Schlagerfreunde Essen 1996 e.V.“ wurde er mit dem Bundesverdienstorden ausgezeichnet.



Patrick Getzmann wurde in Essen geboren und arbeitet als Microsoft MVP für Device Application Development und für Windows Phone Development.

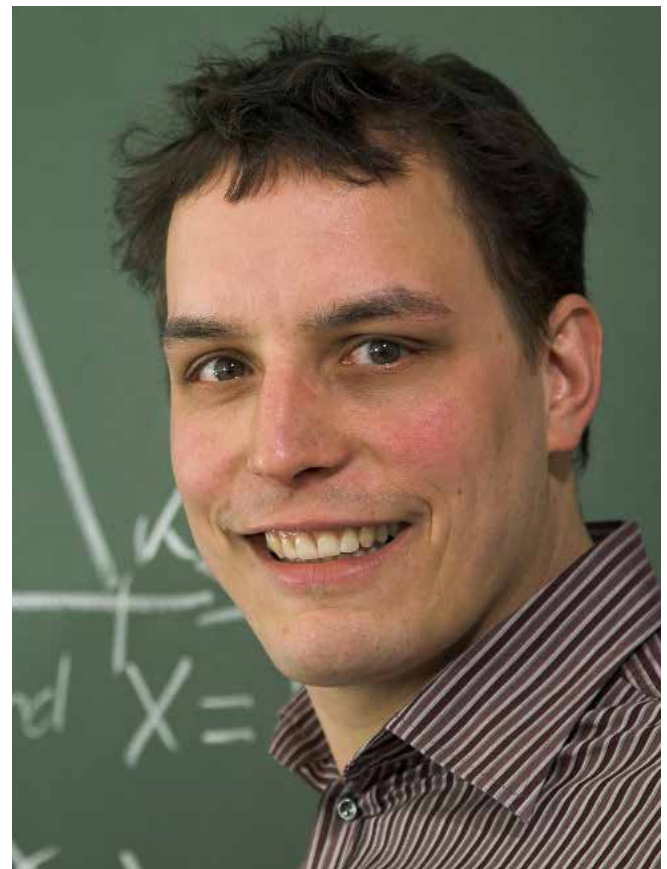




Volker Pesch, gebürtiger Essener, ist Veranstaltungskaufmann und hat die evangelischen Kirchentage in Köln, Bremen, Dresden und Hamburg mit organisiert. Derzeit arbeitet er als Referent für Öffentlichkeitsarbeit in einer kirchlichen Unternehmensgruppe.



Dr. Martin Quaas, geboren 1974, ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Er hat 2004 in Heidelberg zu einem umweltökonomischen Thema promoviert und zuvor an der Universität Duisburg-Essen ein Studium in Physik abgeschlossen.



Geschichte und Geschichten

Gehasst oder geliebt; wie so häufig in der Popmusik polarisiert auch das Genre Schlager. Das Ausstellungsbegeleitbuch fügt diesem Schwarzweißdenken nicht nur Grauwerte hinzu, sondern setzt auch beeindruckende farbliche Nuancen. Es erzählt die über einhundert Jahre währende Historie erfolgreicher deutschsprachiger Lieder nicht nur aus der wissenschaftlichen Perspektive und nimmt dabei selbstverständlich auch Bezug auf Deutsch / Deutsches in Ost und West.

Ein umfangreicher Interviewteil rückt ausgewählte Stars der Szene wie Bibi Johns, Michael Holm, Klaus Lage und Dieter Thomas Kuhn in das ihnen gebührende Rampenlicht und vergisst dabei keineswegs die Macher im Hintergrund. Gerade deren bisweilen verblüffende Offenheit lässt tief blicken in die tatsächlichen Abläufe des Geschäfts mit dem Schlager und seinen Bühnenrepräsentanten. Dieses facettenreiche Bild macht die Geschichten der Zeitzeugen zur Geschichte dieses Genres, die in dieser Authentizität und Intimität bisher selten erzählt wurde.

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen

