

Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 34 (1982)

Heft: 20

Rubrik: TV/Radio-kritisch

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Lieder verkaufen

Wie im Fernsehen über Schlager gesprochen wird

Ein Schlager, der im Radio oder Fernsehen gesungen wird, erfüllt gleichzeitig mehrere Aufgaben: Er macht Reklame für die entsprechende Schallplatte, er bringt dem Hörer oder Zuschauer eine Begegnung mit einem mehr oder weniger bekannten Künstler, er fügt sich als abgeschlossenes Kunstwerk in ein Musikprogramm ein, undsoweiher. – Wer Schlager kritisch untersucht (zum Beispiel im Rahmen medienkundlichen Unterrichts), hat es mit einem recht komplexen Objekt zu tun. Künstlerische Form und Aussage können nicht isoliert, vom Umfeld besprochen werden, in dem Schlager gespielt werden. Der Warencharakter muss mit einbezogen werden und auch die Tatsache, dass Schlager nur Bestandteil einer ganzen *Schlagerwelt* sind, die aus verschiedenen Produkten der Freizeitindustrie besteht: aus Schallplatten und Kassetten, aus Radio- und Fernsehsendungen, aus Zeitschriften und aus Ferienreisen.

Die Sendungen, die dem Schlager gewidmet sind, werden bevorzugt von einem jovialen bis autoritären Typ *Moderatortorgeleitet*, dersich in der Gestaltung seiner An- und Absagen gerne an Klischees orientiert.

«Ich bin ganz sicher, die Frau L. Z. in B. hat schöne Beine, muss schöne Beine haben, denn nur so verstehe ich, dass sie ohne weiteres dafür ist, dass ihr Mann, der Herr K. Z., ruhig sich auch mal für die «Beine der Dolores» interessiert. Nö? Aber sie ist sich ihrer Sache sicher.» (SWF 1, 23. 11. 1981)

In, vor oder nach den Sendungen werden, so es die Konzession erlaubt, *Werbespots* gespielt, die die von den Moderatoren angeschlagenen Töne weiterführen und übrigens oft formal kaum von Schla-

gern zu unterscheiden sind wie zum Beispiel das folgende Lied (gesungen im Stil von Gunter Gabrels Lobgesängen auf Fernfahrer und andere Vertreter harter Berufe):

«Edel-Mocca von Jacobs-Kaffee bringt nun für Sie die Ballade von Uwe Hartmann, dem Automechaniker, und was er macht, wenn er in seiner Werkstatt weiterschaffen will: Manchmal, wenn er was schaffen will und er findet nicht den Dreh,/ manchmal, wenn er was leisten will und er hat noch keine Idee,/ dann braucht er wieder Schwung und Kraft und erruft an zu Hause./ Denn wer was schaffen will, der schafft sich eine Kaffeepause:/ He, Moni, mach mir Edel-Mocca,/ von Jacobs-Kaffee, denn da steh' ich drauf!/ He, Moni, mach mir Edel-Mocca,/ der schmeckt so kräftig, und dann dreh' ich auf...»

Die Sendungen leben immer wieder von *alten Bekannten*: von Leuten, zu denen der Schlagerhörer im Laufe der Jahre ein persönliches, wenn auch einseitiges Verhältnis gewonnen hat. Ob zum Beispiel in der ZDF-Hitparade Andrea Jürgens falsch oder Toni Holiday allzu gepresst singen, ist weniger wichtig als das Wiedersehen. Man hat den Werdegang der Auftretenden miterlebt; da ist jetzt nicht ein Künstler, der sein neues Lied vorsingt, sondern ein Freund, der einem guten Abend sagt. Nicht von ungefähr hatte eine ZDF-Sendung unter dem Titel «So schön wie heut'», die alte Schlager und Stars zu Ehren kommen liess, das Motto «Klassenzusammenkunft». In der Moderation sang Lou van Bourg, selbst ein alter Bekannter:

«Die alte Klasse trifft sich einmal wieder,/ und jeder hat sich auf das Wiedersehen gefreut./ Die alte Klasse trifft sich einmal wieder./ Die alte Klasse, Freunde, gibt es auch noch heut'.» (ZDF, 12. 11. 1981)

Die *Schlagerwelt* liefert nicht nur die Kunstwerke und deren Interpreten, son-

dern sie liefert dazu auch Kommentare, Hintergrundinformation, Qualitätsurteile. Und weil der Konsument kaum aus einer anderen Quelle als aus Schlagersendungen und einigen flankierenden Zeitschriften Informationen über den Schlager erhält, lohnt es sich, die Art, wie über Schlager gesprochen wird, näher anzusehen.

Filme, Radio- und Fernsehsendungen und Bücher werden in der Regel von Leuten kritisiert, deren Interessen von den Interessen der Produzenten dieser Objekte abweichen. Beim Schlager ist das am seltensten der Fall. Die Interessengleichheit von Radio-, Fernseh- und Zeitschriftenredaktionen mit den Promotionsabteilungen der Schallplattenfirmen wird von allen Beteiligten immer wieder gerne bestätigt.

Die Aspekte, unter denen die Schlagerwelt über sich spricht, sind vielfältig. Wer den Schlager als Ware, als Propagandainstrument, als Geschichtsdokument kritisch durchleuchten will, findet immer wieder, dass viele Themen, die ihm am Herzen liegen, in Moderationen und Interviews durchaus behandelt werden. Allerdings werden dabei immer wieder dieselben Dinge angesprochen, dieselben Fakten vernachlässigt. Das Sprechen über Schlager hat Methode. So zum Beispiel, wenn es um das Geschäft mit dem Schlager geht.

Show und Business

Eigentlich sollte man erwarten, dass bei der Präsentation von Künstlern höchstens nebenbei vom «Geschäft» die Rede wäre. Aber die positivsten (und «objektivsten») Urteile über die Qualität von Schlagnern und über die Fähigkeiten ihrer Interpreten leiten sich von Verkaufsziffern ab:

«Udo! Ein Riesenerfolg. Tja, der Udo ist ja nicht nur Sänger, also ‹nur› in Anführungs- und Schlusszeichen, äh dieser Lieder, sondern auch Komponist. Und deshalb ist er auch in der Sendung. Und er hat mir gesagt, dass allein von diesen vier Liedern, die jetzt er hier uns gesungen hat, über zwanzig Millionen Schallplatten, über Millionen weltweit, verkauft worden

sind. Ist das nicht ein Erfolg?» (ZDF/SRG, 6. 3. 1982)

Dass Schlager Geld bringen, und zwar viel Geld, ist ein Klischee, das immer wieder in lockerer Form angesprochen (und durch andere Klischees wie «Ohne Fleiss kein Preis» oder «Andere haben noch mehr» relativiert) wird:

«Tja. Eine, eine Frage, die jetzt natürlich sein muss: Haben Sie Ihre Millionen auf einem Schweizer Nummernkonto? (Höfliches Lachen im Publikum.) – Nein, ich hab' das ganze Geld gespart und werde es dem Bundeshaushaltsdefizit zuführen, denn... – Ha ha ha ha! (Auch das Publikum lacht und applaudiert.) Wir in der Schweiz können auch noch was davon brauchen...» (ZDF/SRG, 6. 3. 1982)

So wird die Tatsache, dass Schlager machen ein Geschäft ist, scheinbar offen dargelegt. Was nicht verraten wird, ist, wie sich die «Millionen» aufteilen. Man tut so, als ob nur der Interpret oder ausnahmsweise mal ein Autor Geld verdiente. Die zentrale Funktion der paar wenigen grossen Verlagshäuser und der ebenso wenigen Schallplattenfirmen wird nie ins Spiel gebracht. Wenn aktuelle Lieder vorgestellt werden, wird stets verschwiegen, für wessen Produkte Reklame gemacht wird. Es geht um Marktanteile, aber man spricht nur von der persönlichen Leistung einiger Künstler.

Produktionsbedingungen lassen sich aus Gesprächen mit Sängern anhand der häufigen Begriffe «harte Arbeit», «Risiko», «Stress» erahnen. Aber es sind immer nur die Erfolgreichen, die darüber Auskunft geben dürfen. Mit den kleinen Schlagersternchen, die einmal eine Platte aufnehmen können und bei einem Misserfolg wieder fallengelassen werden, unterhält man sich nicht über ihre konkreten Arbeitsbedingungen. Der Erfolgreiche hingegen darf seinen Stress spüren lassen:

«Wir haben jetzt ein Angebot, wir waren wochenlang Nummer eins mit ‹Sun of Jamaica› in Südafrika, und äh Südafrikatour anstehend. Ich mach' jetzt die ganz neue Single, die wir nachher hören, in Spa-

nisch für Südamerika – und, und, und das gesamte Jahr ist schon wieder, kann man sagen, verplant – für mich ist eins entscheidend: ich weiss nicht, wie lange der Erfolg anhält. Aber es ist ja so, ich habe jetzt in Zukunft – drei Kinder zu Hause. Das neue kommt im April. Und zwei sind ja schon da. Und – na ich hab', werd' noch genügend Zeit haben später, 'n bisschen dann – in Ruhe zu arbeiten. Also mir macht das nichts aus, momentan genügend schöne Titel zu schreiben und unterwegs zu sein.» (Oliver Bend in SWF 1, 23. 2. 1981)

Der Schlager als Anlass zum Blabla

Bei der *Ansage* von Schlagnern wird zum grössten Teil auf jene Fachsprache verzichtet, die es in Klassik-, Folk- oder Rocksendungen ermöglicht, Aufnahmen scheinbar objektiv zu kommentieren, indem man über Instrumentierung, Interpretationen, Stilrichtungen undsoweiher berichtet. «*Sounds*»-Moderatoren zum Beispiel (DRS 2) geben ihren Kommentaren gerne einen Insider-Anstrich: Dank der Häufung von Namen, Stilbegriffen, Jahreszahlen wird eine Rocksendung leicht zur Fachsendung von Fachleuten für Fachleute.

Schlagerhörer werden möglichst wenig mit solchen Informationen behelligt. Wenn sie als Fachleute angesprochen werden, dann vor allem in bezug auf ihre Vertrautheit mit den Interpreten. «*Ein neuer Name*», heisst es da oder: «*Sein Gesicht und seine Stimme kennen Sie noch aus der letzten Sendung*».

*«Wir beginnen mit einem guten Bekannten – das Stichwort passt wieder hervorragend – mit einem guten Bekannten, der lange nicht bei uns war, der immer sehr humorvolle Schlager hatte, der nun plötzlich ganz anders klingt. Der Titel: *«Salut*», der Interpret: *Graham Bonney*.» (ZDF, 31. 7. 1976)*

Im letzten Beispiel wäre eine interessante Information gewesen, dass es sich um ein Lied des französischen Sängers Joe Dassin handelte. Aber die Ansage ist eben ganz auf die Person des anwesenden In-

terpreten ausgerichtet. Dass sich sein Stil geändert hat, ist weniger musikalisches Ereignis als der Imagewechsel des Sängers.

Auch Versuche, den Text der gespielten Platten zu erklären (und zwar oft über eine reine Übersetzung fremdsprachiger Titel hinaus), sind in anderen Musiksendungen an der Tagesordnung, in Schlager-sendungen scheut man sich davor. Gerade heute, wo sich viele Schlager-texte politisch engagiert geben, gibt es Diskrepanzen zwischen dem angeblichen An-spruch der Sendungen und der Lieder, die darin gespielt werden. Die Sendun-gen wollen «nur unterhalten», während die Lieder verschiedenste Probleme an-sprechen. Anstatt in der An- und Absage auf die Thematik einzugehen, neutralisiert man die inhaltlich verbindlicheren Schlager, indem man sie mit noch Be-langloserem zudeckt. Für die Moderato-ren sind die Titel oft nur Anstoss für ir-gendwelche Assoziationen. So ergibt sich eine der häufigsten Arten, Schlager zu kommentieren: das aktive Nicht-Re-den über die präsentierten Lieder.

Das Lied «*Ist das nichts?*» von Udo Jürgens beschwört einen jungen Mitbürger, die Welt, in der er lebt, vor allem aber den Staat, in dem er lebt, positiv zu sehen und sich nicht aufzulehnen:

«Ist das nichts, dass du suchst, dass du zweifelst und fragst, ist das nichts, dass du traurig warst und wieder lachst? Ist das nichts, dass du sagen kannst: Ich esse mich satt, während irgendwo je-mand kein Reiskorn mehr hat? Ist das nichts, dass du helfen kannst, wenn du nur willst, ist das nichts, dass du Sehn-sucht nach irgendwas fühlst? Dass du lebst, wo die Freiheit ein Wort nicht nur ist, ist das nichts, ist das nichts, ist das wirklich nichts? Hör mir zu, meinst du nicht, du, es wär' endlich Zeit für ein we-nig Dankbarkeit?»

Anstatt zum Inhalt Stellung zu beziehen oder das Lied kommentarlos anzusagen, fügt der Moderator es in seine lockere Plauderei ein, deren Zweck es nur ist, seine Beziehung zum Hörer zu stärken, nicht aber, über die Musik seiner Sen-dung zu reden:



Staraufgebot in «Lieder gehen um die Welt»:
Michael Schanze, Udo Jürgens, Paola und Kurt
Felix, Hildegard Knef, Dschinghis Khan u. a.

«Na ja, 'n bisschen ist besser als gar nichts. Aber ist denn das nichts? Ist das nichts, dass wir schon schön wieder zusammen sind – Mittwoch abend, liebe Hörer? Ist das nichts, dass zwar ein paar Cotoneaster erfroren sind im Garten, aber fast alles andere wieder grünt und spriesst? Ist das nichts, wenn beim Wunschkonzert von 300000 Anrufversuchen 50 Glück haben, durchzukommen? Ja, ist es nicht besser ein Leben für'n Bund als ein Bund fürs Leben? – Was wollte ich Ihnen ansagen? – Ach, Udo Jürgens singt: ‹Ist das nichts?›» (SWF 1, 28. 4. 1982)

Titel werden auch verwendet, um eine Assoziationsbrücke zu redaktionellen Beiträgen zu bauen – ein Verfahren, das so alt ist wie die Form der moderierten Musiksendung selbst, und sich noch immer grosser Beliebtheit erfreut:

«It's a Real Good Feeling», heisst unser nächster Titel. Nun ja, das wünscht man natürlich jedem, ein gutes Gefühl. Aber wenn man mit dem Auto unterwegs ist, nicht, und da so im Schnee ein bisschen hängenbleibt und kommt nicht weiter,

dann ist das so, meine ich, gar kein so gutes Gefühl. Da haben wir einen kleinen aktuellen Tip für Sie ...» (SWF 1, 23. 2. 1981)

Radiosendungen, in denen Schlager gespielt werden, zeichnen sich gewöhnlich dadurch aus, dass die redaktionellen Beiträge den Anstrich des Zufälligen haben. (Fernsehshows hingegen stehen sehr oft unter einem Motto, und alles, was während anderthalb Stunden gesagt wird, ergibt eine Gesamtheit von zwar belanglosen, aber als einheitlich erkennbaren Informationen: Sie drehen sich alle zum Beispiel um das Thema «Frühling» oder «Wildwest» oder «Micky Maus»). Zwischen die Fixpunkte «Nachrichten» (aus Tradition) und «Verkehrsdurchsagen» (aus einem wunderlichen Verständnis vom Begriff «Service» und wegen der finanziellen Unterstützung durch die Automobilverbände) streut man fröhliche Agenturmeldungen, moralisierende Be trachtungen, Korrespondenzberichte – alle mit einer einzigen Gemeinsamkeit, dem Versuch eines *aktuellen Aufhängers*. Das, was als Information deklariert wird, erfüllt einen rein formalen Zweck: die Präsenz des Moderators zu dokumentieren. Viele sogenannte Service- oder Begleitprogramme sind eine Absage an den Journalismus, weil sie nur in formaler

Hinsicht streng geregelt sind (Gesamtlänge der Wortbeiträge, Anzahl der «Schwerpunkte», Bevorzugung des Interviews gegenüber monologen Berichten), inhaltlich sich aber kaum Grenzen setzen. – In solche Sendungen fügt sich nun die beliebte Art, über Schlager zu sprechen, ohne etwas zu sagen, problemlos ein.

«Politisches Engagement»

Neben der Praxis, an der Aussage eines Schlagers vorbeizusprechen, gibt es allerdings auch den Kommentar, der sich auf den Inhalt bezieht. Dabei wäre ein echtes Eingehen auf den Text allerdings oft nicht vereinbar mit dem Werbeumfeld, in das sich die Schlagersendungen einfügen müssen. Zum Beispiel wenn es sich um emanzipatorische Rundschläge handelt wie bei Peter Maffays «Dafür»:

«Dass kein Mensch mehr je an Hunger stirbt in unsrer Zeit, ich bin dafür. Hat ein anderer einen andren Gott, an den er glaubt, ich bin dafür. Gleiches Recht für Schwarz und Weiss muss endlich her, ich bin dafür... Für den Frieden demonstriert' aus Angst vorm Krieg, ich bin dafür... Eine Frau, die sich ein Kind sehr wünscht, auch ohne Mann, ich bin dafür...»

Oder wie bei Udo Jürgens' «Ich bin dafür»:

«Wenn du dran glaubst, die Welt kann ein Zuhause sein/für Schwarz und Weiss, für Mann und Kind und Frau,/ und wenn du meinst, wir sollten für sie kämpfen,/ für jede Blume, jeden Tropfen Tau,/ und wenn du meinst, wir sollten Brücken schlagen/ aus Sympathien zwischen dir und mir,/ und was wir denken, sollten wir auch sagen,/ dann zähl' auf mich, ich bin dafür.»

Diese Texte müssen so präsentiert werden, dass sie noch verträglich sind mit Werbespots, die alte Rollenvorstellungen und traditionelle Klischees aufrechterhalten.

Um in einer solchen Umgebung Emanzi-



Nicole – oder wie die «Freizeit Revue» mit «ein bisschen Frieden» kokettiert.

pationsschlager kommentieren zu können, ohne mit den darin enthaltenen vagen Slogans Schaden anzurichten, greift die Schlagerwelt zu einem einfachen Mittel: Die Aussage des Liedes wird auf eine persönliche Meinung des Interpreten reduziert. Interessant ist nicht, was er angeblich meint, sondern *dasser* sich engagiert gibt. Anstatt auf eine Aussage hinzuweisen, weist man auf die Imagepflege des Interpreten hin:

«Ich wollte noch ein paar Worte zu diesem Lied sagen. Als ich diesen Titel sah, «Ich bin dafür», da dachte ich mir: Es gibt doch schon ein Lied in jüngster Zeit, wo einer immer singt, wofür er ist. Was ich ja eigentlich ganz gut finde, wenn bekannte Schlagersänger mal wirklich solche Bekennnisse abgeben...» (Bayern 3, Mai 1982)

Ehrlichkeit ist ein neues Verkaufsargument derjenigen Sänger, die sich im Gefolge von Udo Jürgens am US-Vorbild der Singer-Songwriters orientieren, der Sänger, die zugleich Autor ihrer Lieder

sind (und dennoch, im Gegensatz zum Liedermacher, auf das Schlagerpublikum abzielen). Das Argument der Ehrlichkeit hilft auch, in den Liedern angesprochene politische Fragen zu persönlichen Problemen des Sängers zu machen – wie zum Beispiel bei der letzten LP Howard Carpendales. Es enthält ein Lied mit dem Titel «Mein grünes Buch». Gemeint ist der Pass, der dem seit langem in Deutschland wohnenden Sänger seine Reisen ermöglicht:

«Ich liebe und ich hasse dieses grüne Buch in meiner Hand, denn ich liebe und ich hasse Südafrika, mein Land. Es ist herrlich, dort zu leben, mit weisser Haut geboren so wie ich. Es ist herrlich, dort zu leben, aber ich, ich kann es nicht.»

Ein Lied, das sehr behutsam Kritik am rassistischen Südafrika anbringt. Warum gerade das Symbol des Passes gebraucht wird, ist nur dem verständlich, der weiß, was es mit dem Unterdrückungsinstrument «Passgesetze» auf sich hat. Auf der Langspielplatte ist zwar der Text des Liedes abgedruckt, jede weitere Information aber fehlt – außer der vom Künstler unterschriebenen Feststellung: «Ich habe das meiste selbst geschrieben und auch erlebt.» Und in der Radiowerbung wurde zu dieser Platte folgendes «Interview» verwendet:

*«Howard Carpendales neueste LP ist da. Sie heisst *„Such mich in meinen Liedern“*. Howard, was wollen Sie Ihrem Publikum damit sagen? – Es ist meine persönlichste LP, und ich glaube, es ist auch meine beste geworden. Das meiste habe ich selbst geschrieben und erlebt. – Eine ehrliche Platte also? – Das ganz bestimmt. – Howard Carpendale: *„Such mich in meinen Liedern“*, seine neueste LP, die Ihnen wirklich etwas zu sagen hat!»*

«*Ein bisschen Frieden*» wünschte sich im vergangenen Frühling Autor und Verleger Ralph Siegel. Als ob die Verniedlichung nicht schon genug aussagte, liess man die 17jährige Sängerin Nicole in Interviews klarstellen, dass es ihr nur um den sogenannten kleinen, privaten Frieden gehe. Unterstützt wurde dieser

Wortgebrauch in den Medien, wie einige Ausschnitte aus einschlägigen Zeitschriften zeigen:

«Ein bisschen Frieden wird sich Nicole, die überragende Grand-Prix-Siegerin, in der nächsten Zeit wohl vergeblich wünschen. In der ersten halben Stunde nach ihrem Auftritt in Harrogate bekam die 17jährige nicht weniger als 35 TV-Auftrittsangebote...» (7 Tage 19, 1982)

«Ein bisschen Frieden, das braucht die sympathische Sängerin in nächster Zeit ganz bestimmt, denn sie muss auch an ihre Zukunft denken. «Jetzt will ich erst einmal mein Abitur machen», sagt sie.» (Freizeit-Revue 19, 1982)

Wörter, die politische Brisanz haben könnten, erhalten auf diese Weise oft eine Bedeutung, die nicht über die persönliche Sphäre hinausreicht. Meistens allerdings bringt schon der Schlager-Text selbst diese Leistung. Die zahlreichen Lieder jüngster Zeit, die sich um das Wort «Freiheit» drehen, sind gute Beispiele dafür (Howard Carpendale: «Wie frei willst du sein?», Tom Forster: «Abgehaun», Gunter Gabriel: «Freiheit ist ein Abenteuer»).

Sounds – Musik als Massenmedium

Im Rockmusik, Popmusik, Disco, Punk, Jazz oder Schlager: Kaum etwas beschäftigt die Jugend in ihrer Freizeit mehr als Musik. Wahrscheinlich drückt kaum etwas das Lebensgefühl, die Hoffnungen und Ängste der Jugendlichen besser aus als diese Musik. Umgekehrt ist Rock- und Popmusik ein knallhartes Geschäft, das diese Bedürfnisse mit allen technischen Mitteln medien- und marktgerecht zusammenstutzt, ausnutzt und zugleich manipuliert. Erwachsene, die sich daheim oder im Schul- und Freizeitbereich mit Jugendlichen beschäftigen, sehen sich häufig mit einer ihnen fremden Musikkultur konfrontiert. Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft Jugend und Massenmedien (Postfach 4217, 8022 Zürich) bietet zu diesem Thema einen zweiteiligen Kurs (6./7. November und 4./5. Dezember) in Zürich an.



«Ich kümmere mich um die Lieder, ...»

Geschichtsschreibung anhand von Schlagnern

Schlager wurden in den letzten Jahren immer häufiger als Zeugen jüngster Geschichte ausgegeben. Gerade das Fernsehen widmet vergangenen Schlagerzeiten Shows mit Einschaltquoten, von denen die Verfasser von Dokumentarberichten über dieselbe Periode nicht zu träumen wagen. In diesen Nostalgie-Sendungen wird das Sprechen über Schlager plötzlich zu einer Tätigkeit mit journalistischem Anspruch:

«Paola: «Ja, Lieder gehen um die Welt! Kurt, machen wir es so?»

Kurt: «Ja?»

Paola: «Ich kümmere mich um die Lieder.»

Kurt: «Ja, klar, du als Sängerin.»

Paola: «Und du als Fernsehjournalist erklärst unseren Zuschauern, wie diese Lieder um die Welt gingen.»» (ZDF/SRG, 6. 3. 1982)

Die Ansagen, die auf diese Weise entstehen, enthalten die eine oder andere Episode aus dem Leben des Komponisten oder des Texters und einige Anspielungen auf geschichtliche Ereignisse:

«Kurt: «... Allein in jener Zeit wurden aus Deutschland über zehn Millionen Schallplatten exportiert – bis nach China!»

Paola: «Ja, nur zwischen 1939 bis 45 war die politische Grosswetterlage nicht so günstig, um Lieder aus Deutschland in die Welt zu exportieren.»

Kurt: «Mit einer einzigen Ausnahme, mit dieser alten Schellack. Diese wurde aufgelegt an meinem Geburtstag, also im Jahre 1941, vom Soldatensender Belgrad, und man kann ruhig sagen: Diese Platte hat eingeschlagen wie eine Bombe.»» (ZDF/SRG, 6. 3. 1982)

«Als Peter Kreuder 1936 dieses Lied *(Sag beim Abschied leise Servus)* geschrieben hat, da passte es eigentlich gar nicht ins Zeitgeschehen. Es ist ja ein zärtliches, melancholisches Lied. Und damals war ja die Zeit des grossen Brimboriums, der donnernden Aufmärsche, Olympiade, Parteitage und so weiter. Aber Kreuder, mit seinem Gespür und einer Erfahrung wie kaum ein Zweiter, denn er hatte ja für 186 Filme die Musik geschrieben, er wusste ganz genau, was er für wen wie machen muss.» (ZDF, 1. 5. 1982)

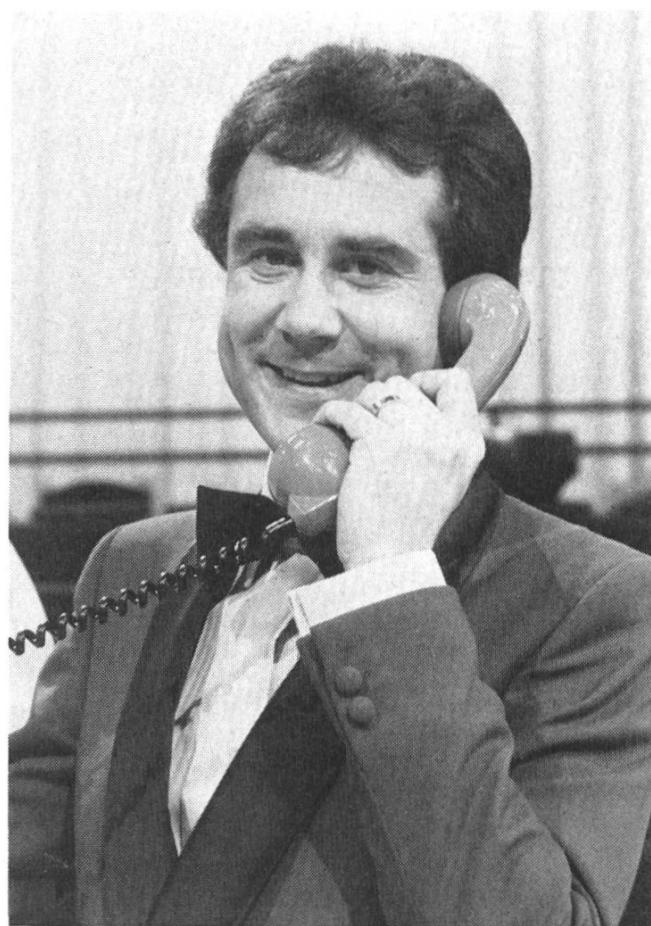
«Ungünstige Wetterlage», «Brimborium»: das sind die Wörter, die die Schlagerwelt für Folter und Massenmord bereithält. Das hat seinen guten Grund: Die Rückblick-Sendungen dieser Art feiern die Lieder des offiziellen Deutschland der dreissiger und vierziger Jahre. Von den Liedern des antifaschistischen Widerstandes, die auch «um die Welt gingen», wird nicht berichtet (obwohl die Sendungstitel sie nicht ausschliessen würden: «Lieder gehen um die Welt» oder «Die schönsten Melodien der Welt» sind nicht für Schlager vorbehaltene Bezeichnungen).

Indem auf diese Weise geschichtliche Ereignisse angetippt werden, entledigt man sich der Aufgabe, über die Funktion des Schlagers im Faschismus zu informieren: über seine Rolle als Zugpferd in zweifelhaften Propagandafilmen, als

Muntermacher im Wunschkonzert der Wehrmacht. Man müsste von der problematischen Stellung der Autoren und Interpreten sprechen, statt sie bedingungslos hochleben zu lassen. Das sollte möglich sein, ohne in eine Schwarzweissmalerei zu verfallen, die ihre wirklichen Situation unrecht täte. Immerhin stellen ihre Lieder wichtige Elemente der faschistischen Propagandamaschinerie dar. Wer zum Beispiel wie kürzlich die ARD eine Show zu Ehren des Texters Bruno Balz veranstaltet, kommt um sie nicht herum. Die Sendung nur auf Nostalgie auszurichten, ist Heuchelei.

Schlager erreichen ihre Popularität nur, indem sie durch die vorhandenen Massenmedien verbreitet werden. Wer über die Massenmedien verfügt, bestimmt auch, was für Schlager verbreitet werden und bestimmt vor allem auch, wie ihre Botschaften verstanden werden. In einem Medium, das für die Zwecke eines militaristischen Staates geschaffen wurde, unterstützt ein Schlager in erster Linie diese Zwecke. Er müsste schon ganz direkt staatsfeindliche Aussagen enthalten, damit er sich von seinem Kontext abheben würde. Wenn man heutzutage in Texten wie «Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern» oder «Davon geht die Welt nicht unter» kritische Untertöne zu erkennen glaubt, so kann das doch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Hauptfunktion dieser Schlager nicht in der Kritik am Dritten Reich bestanden hat.

Wenn man in solchen Sendungen ernsthaft dem Zusammenhang zwischen alten Schlagern (als Phänomen der Kulturindustrie) und den historischen, gesellschaftlichen Verhältnissen nachginge, dann würde einiges auch beigetragen zum Verständnis der *Funktion des Schlagers in der heutigen Gesellschaft*. Doch scheint eine solche kritische Sendung an einem Samstagabend für ein breites Publikum nicht möglich.(?) Jedenfalls lässt sich Fernsehunterhaltung die Interessen der Zuschauer zu stark von der Schallplattenindustrie her definieren; zudem pflegt sie eine Moderation, die den journalistischen Anspruch des Mediums verleugnet (vgl. dazu den Artikel von Jürg Häusermann



«... und du als Journalist erklärt ...»

über die Sprache von Unterhaltungsshows in ZOOM-FB 10/82, S. 25–29). Der Schlager bleibt denn auch ein elastisches Kunstwerk (Machwerk?), das sich in jede Umgebung einbauen lässt, und sei es auch im Widerspruch zur Aussage des einen oder anderen Textes (man sehe sich eine ZDF-Hitparade mit der Spider Murphy Gang an). Nicht von ungefähr eignen sich Schlager als Hintergrundmusik überall da, wo besonders entfremdete Arbeit verrichtet, degenerierten Formen des Konsums gehuldigt, sinnentleerte Freizeit durchgestanden wird.

Jürg Häusermann

Tel-Sat muss warten

wf. Weiter in Wartestellung muss die Tel-Sat verharren: Die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates schlägt dem Bundesrat vor, den Problemkreis weiter zu studieren, wobei ihrer Ansicht nach nur eine Lösung in Zusammenarbeit mit anderen europäischen Staaten in Frage kommt.

Lieder und ihre Texte

Zu einer Sendereihe des Schulfunks von Jürg Häusermann und Jürg Strässler

Musik, das wissen wir aus zahlreichen Untersuchungen, nimmt im Leben der heutigen Jugend einen dominierenden Platz ein: 70 Prozent der Basler Schüler etwa, das ergab 1977 eine repräsentative *Untersuchung an Basler Schulen*, sind «sehr» an Musik interessiert; ihr täglicher Musikkonsum liegt im Durchschnitt bei fast drei Stunden. Wichtiger noch als diese Zahlen aber sind Ergebnisse, die über die Funktion des Musikhörens bei Jugendlichen Auskunft geben. Hier lieferte eine Studie des WDR, «*Hörfunk und jüngere Generation*», eindrucksvolle Zahlen: Auf die Frage, wie sie auf Ärger und Frustrationen reagieren würden, antworteten dort 55 Prozent der Jugendlichen mit Musikhören, je 36 mit Spazierengehen und Freunde treffen, 29 Prozent mit Krach schlagen, 24 Prozent mit fernsehen, 18 Prozent mit Freund/Freundin treffen und 14 Prozent mit Alkohol. Hier wird deutlich, dass Musik nicht nur überhaupt im Leben der Jugendlichen wichtig ist, sondern dass sie gerade als psychisches Regulativ eine hervorragende Rolle spielt. «Tagtraum und Stimmung», das ermittelte eine 1979 veröffentlichte *Infratest-Studie*, sind die dominierenden Funktionen vor allem der Schlager, Lieder und Chansons.

Was aber ist mit den Texten? 60 Prozent der Basler Schüler antworteten auf die Frage, ob die gesungenen Texte sie interessieren würden, mit «kommt drauf an»; «wichtig» aber ist das Verständnis der Texte bloss für 28 Prozent.

Was bedeutet das alles? Wir wissen, dass Musik und Musiktexte Inhalte transportieren, emotionale und im weitesten Sinne ideologische. Und wir können annehmen, dass die Jugendlichen, darauf deutet das unsichere «kommt drauf an» hin, durchaus offen sind, mehr über die Musik und ihre Texte zu erfahren, wenn man es nur richtig anpackt, wenn man sie bei *ihren Interessen* packt, wenn man von der Musik ausgeht, die sie zur Zeit hören, die ihnen momentan wichtig ist.

Wenn man die fünfteilige Folge der

Schulfunksendung «Lieder und ihre Texte» von Jürg Häusermann und Jürg Strässler von diesem Ausgangspunkt her kritisiert, dann kommt man zwangsläufig zu einem relativ vernichtenden Ergebnis. Gewiss, es ist möglich, dass die beiden Autoren mit ihren Sendungen andere Intentionen verfolgen, aber: Die seltene Gelegenheit, im Schulfunk in diesem Bereich etwas Wichtiges, ja Notwendiges realisieren zu können, rechtfertigt, meine ich, eine radikale Kritik.

Die beiden Autoren beschäftigen sich in diesen Sendungen unter anderem mit einigen Beatles-Songs, dem frühen Polit-song «Joe Hill» von Woody Guthrie, Simon & Garfunkels «The Boxer» und dem Lied «Die Moorsoldaten». (Meine Kritik beschränkt sich auf die Beatles-Songs, Joe Hill und die Moorsoldaten, die mir zur Verfügung standen; der Gerechtigkeit halber soll auch noch hinzugefügt werden, dass die Autoren in der Schulfunk-Zeitschrift «Achtung Sendung» zusätzliche Unterlagen bereitstellen.)

Welche Schüler aber, muss man fragen, interessieren sich heute schon brennend für die Beatles oder gar «Die Moorsoldaten»; als ob es heute nicht aktuellere Lieder, Songs und Schlager geben würde, welche die Jugendlichen tatsächlich hören, von Kim Wilde über den «The Wall»-Song «We don't need no education» bis hin zu den vielen Liedern der Punk-, No Wave- und «Neue Deutsche Welle»-Gruppen. Hier ist bereits eine Chance tüchtig vergeben worden, die Jugendlichen bei ihrer eigenen Musik zu packen (und obendrein den Lehrern, die zumeist mit dieser Musik kaum vertraut sind, Hilfestellung zu bieten).

Die Einstiegs-Sendung, die doch gerade besonders animierend wirken müsste, die – noch wichtiger – das Vorgehen, den Ansatz der Autoren besonders prägnant aufzeigen müsste, diese *Sendung über einige Beatles-Themen* beginnt mit schummrigem, bei aller detektivischen Sucharbeit doch höchst umstrittenen Spekulationen. «Lucy In The Sky» könnte, so der Einstieg, durchaus in der Tradition der berühmten phantastischen Literatur Englands, genauer in einem engen Zusammenhang mit Motiven aus dem Roman «Alice im Wunderland» stehen. Ge-



Von der Musik ausgehen, welche die Jugendlichen packt. Schulfunk hat Chance zum Teil vergeben. Copyright «Tagesanzeiger».

wiss haben schon zur Zeit der grossen Beatles-Manie Leute wie der deutsche Pastor Georg Geppert (Songs der Beatles; Schriften zur Kathechetik, Band 11; Kösel-Verlag München) in der Poesie John Lennons herumgestochert, haben renommierte Literaturkritiker wie Hellmuth Karasek, Uwe Herms, Karl-Heinz Bohrer oder der Schriftsteller Wolf Wondscharek sich mit Interpretationen versucht. Herausgekommen ist dabei ebenso wenig Verbindliches wie jetzt bei Häusermann/Strässler. Bei allen Spekulationen, die meist durchaus plausibel klingen und auch teilweise recht amüsant sind, – in die Sendung hätte als Korrektiv auch das folgende John Lennon-Zitat gehört: «Wir haben all den Quatsch nicht leiden können, den sie über Beethoven oder das Ballett geschrieben haben. Nun passiert mit uns das gleiche. Ich habe es einfach gemacht. Ich habe eine Menge Wörter zusammengeschustert und dann etwas Geräusch darübergekleistert.» Im-

merhin: Mit einem Vorbehalt, auf den ich noch zurückkomme, wäre diese Sendung als etwas lockerer Abschluss, als Aufforderung, sich selbst mit Lieder und Songs auseinanderzusetzen, gewiss amüsant und brauchbar gewesen.

Wie oberflächlich (bis zur Geschichtsklitterung) die Autoren vorgehen, zeigt etwa das Beispiel der «*Moorsoldaten*». Das Lied wurde 1933 im KZ Papenburg im Börgermoor anlässlich einer kulturellen Veranstaltung der Häftlinge, welche sie mutig-sarkastisch «Zirkus Konzentrazani» nannten, gesungen. Kein Wort davon. Der ganze Komplex Konzentrationslager wird mit einem Satz abgetan; kein Wort von der Wannsee-Konferenz, von der Endlösung, davon, dass über 6,5 Millionen Menschen in diesen Lagern verreckten, dass neben Juden auch Sozialisten, Kommunisten, Zigeuner, Homosexuelle, Christen, Frauen und Kinder umgebracht wurden, kein Wort von den Gaskammern, den perversen medizinischen Versuchen. Und vor allem kein Wort über die genaue Entstehung des Liedes, etwa darüber dass sein Textautor Johann Esser hiess, dass und warum er die dritte Strophe auf

Einwendungen des KZ-Häftlings und späteren Theatermannes Wolf Langhoff abänderte, welcher auch den Refrain schrieb. Kein Wort vom Komponisten Rudi Goguel, der das Lied im vierstimmigen Chorsatz schrieb, nichts davon auch, dass die heute übliche Fassung von Hanns Eisler stammt, der das Lied 1935 für den grossen Ernst Busch bearbeitet hat. Statt dessen bekommt man das Lied zum Schluss in einer unvollständigen Fassung – die vierte Strophe fehlt –, in einem ölichen, sentimental, verlogenen Vortrag von Hannes Wader (mit lockerer Folk-Gitarrenbegleitung) zu hören. Lieder haben auch eine Musik. Über sie verlieren die Autoren kein Wort. Die Musik aber und ihr Vortrag transportieren ebenso wie die Texte Inhalte, Emotionen, Stimmungen, die wiederum unser Verhalten beeinflussen. Es gibt echte und kitschige Gefühle, ehrlichen und verlogenen Vortrag. Angesichts der unendlichen Masse von Schlager- und Song-Müll mit all ihrem Schmalz und Traumkitsch, ihrer Larmoyanz und hohlen Gestik wäre es dringend notwendig, den Jugendlichen

Lieder und ihre Texte

Jürg Häusermann und Jürg Strässler übersetzen und interpretieren in fünf Folgen Liedertexte aus der Pop- und Volksmusik. Sie beleuchten den geschichtlichen und sozialen Hintergrund, aus dem diese Texte entstanden sind. Die Schulfunksendungen werden auf dem zweiten Programm von Radio DRS ausgestrahlt, die erste Folge um 9.05 Uhr, die übrigen um 9.25 Uhr:
«Beatles-Phantasien»: 26. und 29. Oktober
«Joe Hill»: 3. und 5. November
«The Boxer»: 10. und 12. November
«Die Moorsoldaten»: 17. und 19. November
«The Crusaders»: 24. und 26. November.

Anregungen zu einer Auseinandersetzung auch mit der *Musik* zu bieten. Ernst Busch gegen Hannes Wader, das wäre eine Chance gewesen. (Oder: Man vergleiche etwa die Lieder des Spanischen Bürgerkriegs in den Fassungen von Busch und von Wolf Biermann; ein anderer Tip für die Auseinandersetzung mit der Musik der politischen Lieder bietet das ausgezeichnete rororo-Taschenbuch «*Alte und neue politische Lieder. Entstehung und Gebrauch/Texte und Noten*» von Walter Mossmann und Peter Schleuning).

Ähnliches gilt auch für die Musik der Beatles; sie ist wichtig. Spannend wäre etwa, auf die hochartifiziellen Arrangements vieler Beatles-Songs hinzuweisen, etwa die parodistische Barockkoloratur von «Penny Lane», die Streichquartette von «Eleonor Rigby» und «Yesterday». An diesen Beispielen würde sich erklären lassen, dass die beste Beatles-Musik gar nicht von den Beatles, sondern vom Oboisten, Barockkenner und klassischen Komponisten George Martin stammt, was zur Diskussion der Machart von Rockmusik überhaupt hinführen könnte. Lauter vertane Chancen, die Jugendlichen in der Auseinandersetzung mit *ihrer* Musik anzuregen. Und das, vermute ich, war ja wohl mit dieser Sendefolge eigentlich vorgesehen.

Christian Rentsch



Video und die Folgen

Im. Die Paulus-Akademie und die Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen (ARF, Bederstrasse 76, 8002 Zürich) organisieren am 4./5. März 1983 ein Seminar zum *aktuellen Video-Boom und seinen Folgen*. Das Seminar richtet sich an Journalisten, Politiker, Lehrer, Erzieher und Kaufleute. Die Tagung will informieren über Videosysteme (welches System eignet sich für welchen Zweck?), über Entwicklungen der Elektronikindustrie und des Videomarktes, über das Programmangebot in Videotheken. Es soll eine kritische Auseinandersetzung über die (vermuteten) Auswirkungen des neuen Mediums auf Zuschauer, Medien«landschaft» sowie gesellschaftliche Vorgänge in Gang kommen.

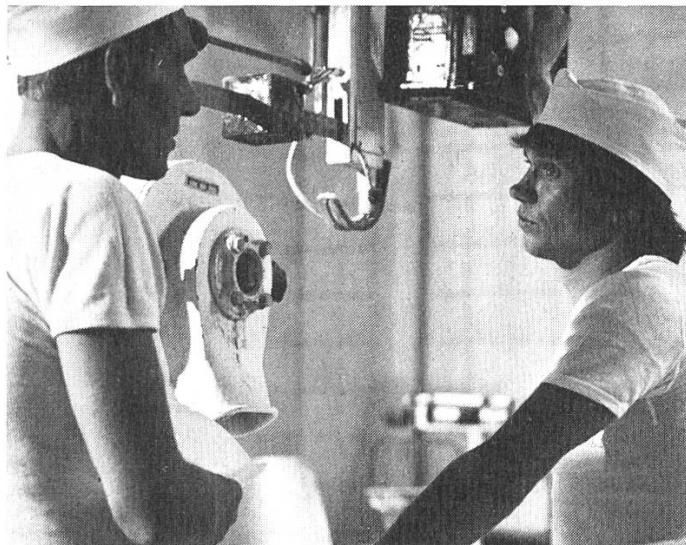
Die Gesellschaft für Lehr- und Lernmethoden (GLM, Postfach 853, 4500 Solothurn) führt am 5./6. November 1982 eine Arbeitstagung unter dem Titel «*Hat Video versagt?*» durch. Diese Tagung stellt eine sinnvolle Ergänzung zum Seminar von Paulus-Akademie und ARF dar. Sie geht

den gesellschaftlich marginaleren, aber letztlich produktiveren Möglichkeiten von Videoarbeit im sozialen Bereich, in der Schule, am Arbeitsplatz, in der politischen Arbeit und in der Quartierarbeit nach und macht eine kritische Bestandsaufnahme.

Filmklub Wohlen

DK. Der Filmklub Wohlen (AG) zeigt, jeweils Mittwoch um 20.30 Uhr im Kino Rex, folgende Filme, beginnend am 27. Oktober mit «*Düsman*» von Zeki Oekten/Yilmaz Güney (Türkei 1981); 17. November: «*Akaler Sandhane*» von Mrinal Sen (Indien 1980); 8. Dezember: «*Matlosa*» von Villi Hermann (Schweiz 1981); 12. Januar: «*Raging Bull*» von Martin Scorsese (USA 1980); 23. Februar: «*Looks and Smiles*» von Ken Loach (GB 1980); 16. März: «*Comes a Horseman*» von Alan J. Pakula (USA 1978); 27. April: «*Opname*» von Erik van Zuylen und Marja Kok (Niederlande 1979). Mitgliederkarten sind erhältlich bei Dieter Kuhn, Rigistrasse 10, 5610 Wohlen.

Das Brot des Bäckers



*... ist einer der Langspielfilme
aus unserem Angebot, das 375 Titel
umfasst, darunter neu*

Tre fratelli (Francesco Rosi)

The Electric Horseman

(Sydney Pollack)

Looks and Smiles (Ken Loach)

Barry Lyndon (Stanley Kubrick)

Die Schweizermacher (Rolf Lyssy)

Outland (Peter Hyams)

Bye Bye Brasil (Carlos Diegues)

Garde à vue (Claude Miller)

Telefon (Don Siegel)

Les choses de la vie (Claude Sautet)

Cria Cuervos (Carlos Saura)

Verlangen Sie den Spielfilmkatalog!

FI FILM INSTITUT

Erlachstrasse 21, 3012 Bern 9

031/230831

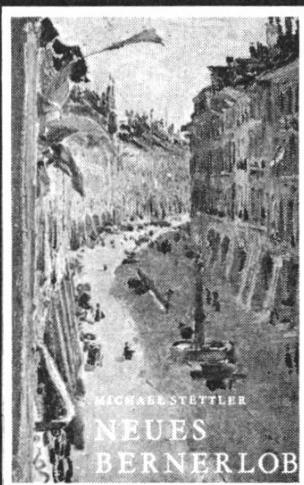
AZ
3000 Bern 1

Bücher von Michael Stettler



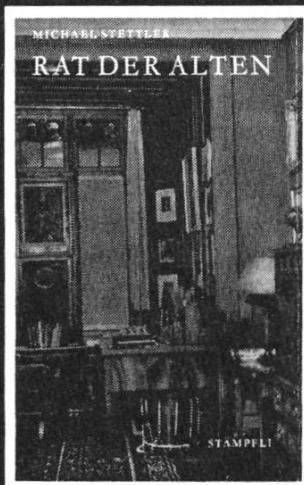
Bernerlob

Versuche zur heimischen Überlieferung. Schriften der Berner Burgerbibliothek. 3. Auflage, 318 Seiten, 42 Abbildungen, in Leinen geb., Fr. 18.50



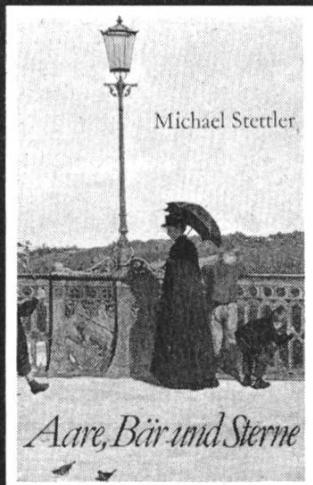
Neues Bernerlob

Versuche zur Überlieferung. Schriften der Berner Burgerbibliothek. 286 Seiten, 50 Abbildungen, in Leinen geb., Fr. 18.50



Rat der Alten

Begegnungen und Besuche. 2., verbesserte und erweiterte Auflage, 164 Seiten, in Leinen geb., Fr. 24.—



Aare, Bär und Sterne

Vermischte Schriften. Schriften der Berner Burgerbibliothek. 424 Seiten, 93 Abbildungen, 2 Farbtafeln, mit einer Bibliographie, in Leinen geb., Fr. 32.—

Bei Ihrem Buchhändler erhältlich

Verlag Stämpfli & Cie AG Bern

