

**Signale aus Old Germany
orten die amerikanischen
Show-Seismographen öfter
und öfter. Am Anfang war
die Knef, heute hat sich das
Geschäft mit deutscher
Unterhaltung – siehe Silver
Convention – zum kalt
kalkulierten Export ausge-
weitert. Deutschen Produ-
zenten scheint es gelungen
zu sein, »den Amerikanern
Coca Cola zu verkaufen«.**

Reginald Rudolf:

Zunder unter Zipfelmützen

Deutsches Entertainment in USA

Den ersten Kraftakt absolvierte Kraftwerk – ein Quartett Düsseldorfer Rock-Akteure, das nach einem Konzert in Manhattan selbst die abgehartete Asphaltjournalle der US-Metropole ob ihrer künstelnden Elektrokaskaden in pures Erstauntsein versetzte: „Dies ist ein unerhörtes Signal aus Old Germany“, schrieb The New Yorker.

Das war im März 1975. Der nordrhein-westfälische Rockverein, seit Jahren im Lande erfolglos, reüssierte in den Staaten mit dem Titel „Autobahn“, der im Frühjahr '75 zwischen Frisco und Philadelphia über eine Million Male als Platte verkauft wurde. Bislang gab es keinen Vergleich zu diesem Erfolg ausgerechnet einer deutschen Rockgruppe im Land der Rockmusik. Die deutsch-englische Gruppe Nektar brachte es in Amerika 1975 auf 300 000 Tonträgerverkäufe, die Band „Triumvirat“ auf 160 000, die Combo Lucifers Friend auf 50 000, Can auf 40 000 und Amon Düül II auf fast 30 000. Summa summarum sind über Amerikas akustische Theken Anno '75 fast anderthalb Millionen Rockplatten gegangen – etwa 0,3 Prozent des Tonträgergesamtumsatzes in den USA. Gewiß: dieser Rock wird drüben nicht ins Kraut schießen, alldieweil die Krautrockers mit einem Kalkül überraschten, das in Amerikas Musik nie aufging: mit einer am Rechenschieber und Mischregler ausgetüftelten Studiohörmusik, die weder zu Tanz noch Entertainment, sondern nur zur Überumpelung taugte. So blieben die Kraft-

werkkäufer drüben auch vorwiegend intellektuelle und Studenten nebst Oberschülern. Aber immerhin. Denn bislang wurde Deutschlands Name in Sachen Show kaum genannt. Wenn hierzulande Zeitungen von „Show-Erfolgen in Las Vegas“ erzählten, so vergaßen sie meist darüber zu berichten, in welchen Hotels die deutschen Vertreter der Unterhaltungsbranche tingeln durften: in solchen, die vorwiegend von deutschen Touristen besucht wurden.

Natürlich gab es einsame deutsche Erfolge in den letzten zwei Jahrzehnten. Hildegard Knef konnte in New York als Sängerin bestehen. Bert Kaempfert konzipierte für Frank Sinatra zwei Welt-erfolge: „Strangers in The Night“ und „Red Roses For A Blue Lady“. Kaempfers Rezept aber war nicht, den Amerikanern ein neues Rezept zu verschreiben: er nahm die Farben des US-Entertainments an. Er war so etwas wie ein genialer Kopierer des Unterhaltungsstils der feineren Luxusklasse. Im

den von Musikreisen solch eminenter Solisten wie Albert Mangelsdorff und Klaus Doldinger in den USA exemplifiziert. Einige deutsche Jazzperfektionisten wie Mangelsdorff werden von den amerikanischen Fachzeitschriften wie „Downbeat“ immer ganz oben geführt. Aber auch diese Anerkennung deutscher Jazzkünste ist im Grunde kein Export, zumal Jazz – weder hin noch her – kaum Export- oder Importgröße besitzt.

Nach dem Kraftwerkakt, dem schnelles Vergessen folgte, kam der erste gezielte Exportschuß aus Münchner Studios. Man mischte mit Finesse die Ingredienzen der Showmuster aus Amerika nach und erreichte eine Studiomusik, die, mit rhythmischen Signalen und melodischen Kürzeln ausstaffiert, nachtanzbar, nachsingbar und nachempfindbar war.

Nach vielen Proben geriet den in Bayern um den Verleger und Komponisten

Grunde war Kaempfers Weg der gleiche wie der Hunderter deutschstämmiger Emigranten, die in den USA als Komponisten, Texter, Interpreten und Verleger große Resonanz fanden. Sie konsolidierten die amerikanische Musik mit. Sie zählen zur Pop-Potenz Amerikas ebenso wie die zahllosen Juden und Russen, Polen, Italiener und Briten – vor allem natürlich die Neger.

Was aber seit vorigem Jahr geschieht, ist kein Integrieren deutscher Emigranten ins US-Showbiz, sondern kalt kalkulierter Export. Es ist auch nicht mehr die Demonstration deutscher Kultur durch das Goethe-Institut – mit Dutzen-

Donna Summer: Mit „Love To Love You Baby“ in die US-Charts



Ralph Siegel junior gescharten Produzenten ein aus drei leckeren Schichten bestehender Klangkuchen namens Silver Convention:

Schicht eins: eine plumpe Baßfigur aus vier gleichen Wum-Wum-Schlägen pro Takt, die gleichermaßen aufregen wie abstoßen – je nach Geschmacksfrage der Konsumenten.

Schicht zwei: Synthesizer-Soundsynthesen, die mit den seltsam hölzern-exakten Streicherfiguren von sechs deutschen Klassikgeigern aus München gemischt wurden.

Schicht drei: Auf diese Takt- und Tonliege wurden Damenstimmen nach Phi-

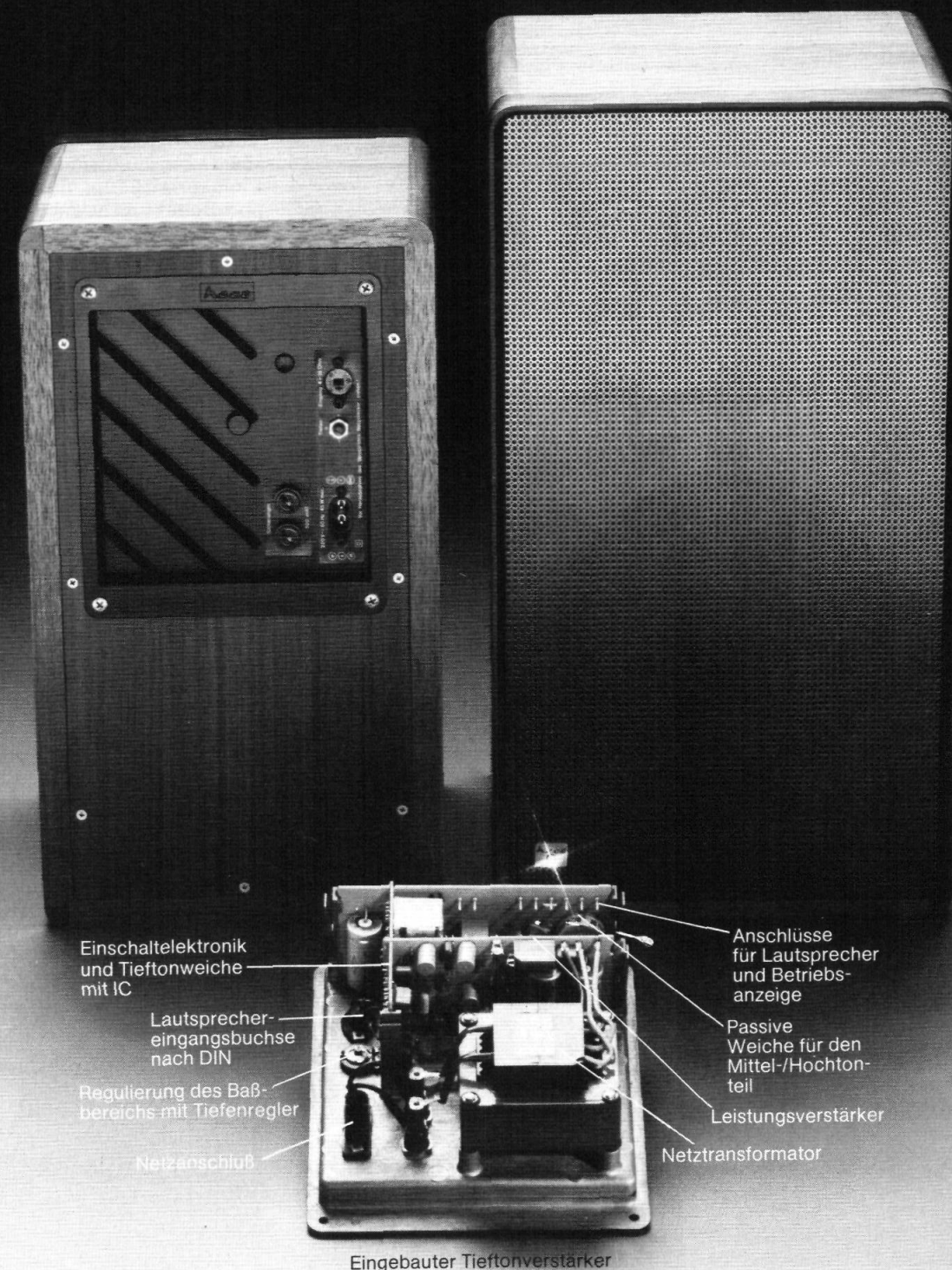
Posaunist Albert Mangelsdorff: Goodwill-Touren für's Goethe-Institut



Die Boxensation von Heco: Dynamic 4000/5000

Ganz neu: DYNAMIC 4000/5000, die neue Boxengeneration bei HECO. Wieder ist es HECO gelungen, eine völlig neue, richtungsweisende Boxenserie in das bestehende HECO-Programm aufzunehmen. Die neuen DYNAMIC-Boxen zählen zu den kleinsten Dreiweg-Boxen der Welt mit aktiver Elektronik. Sie zeichnen sich durch viele Besonderheiten aus: HiFi-gerechte Lautstärke mit Verstärkerleistungen zwischen 10–100 Watt – individuelle Regulierung des Baßbereichs durch integrierten Tiefenregler – Qualitätsverbesserung durch neu entwickelte Kalottensysteme aus Supranyl®-Membranen – automatisches Ein- und Ausschalten der Boxen durch einen elektronischen leuchte an der Gitterfront – Anschluß der DYNAMIC-Boxen an alle auf dem Markt befindlichen Receiver und Verstärker möglich. Die neuen DYNAMIC-Boxen sind somit HiFi-Boxen der absoluten Spitzenklasse für HiFi-Freunde, die hohe Anforderungen an Qualität, Leistung und Design stellen. Vorführungen der DYNAMIC-Boxen sowie ausführliche Informationen beim guten Fachhandel. Prospektanforderungen richten Sie bitte an RANK RADIO INTERNATIONAL GMBH, Haldenstieg 3, Postfach 61 01 67, 2000 Hamburg 61

Generalvertretung Österreich: Luis Rieder, Rappgasse 7, A-1210 Wien
Generalvertretung Schweiz und Liechtenstein: Electromusic AG, Baslerstraße 9, CH-4102 Binningen 1



Einschaltelektronik
und Tiefenweiche
mit IC

Lautsprecher-
eingangsbuchse
nach DIN

Regulierung des Baß-
bereichs mit Tiefenregler

Netzanschluß

Anschlüsse
für Lautsprecher
und Betriebs-
anzeige

Passive
Weiche für den
Mittel-/Hochton-
teil

Leistungsverstärker

Netztransformator

Eingebauter Tieftonverstärker

RANK HIFI

ladelphia-Soul-Art gebettet, die ein aufreizendes Textkürzel in die Mikrofone fusteln: „Fly, Robin, Fly“ oder „Save Me“ und „Fire“.

In den Münchner Musicland-Studios, die mit Einrichtungen für Überblendungstechniken und Mischmethoden die amerikanischen oder britischen Etablissemments dieser Art in den Klangschatten stellen und deshalb auch von den Rolling Stones oder den Deep Purple frequentiert werden, in diesen Musicland-Studios produziert eine deutsche Techniker- und Arrangeurcrew ebenfalls erfolgreich für den amerikanischen Markt: ihre Starinterpretin ist die in München lebende Amerikanerin Donna Summer. Die Siegel-Schar firmiert in München unter Jupiter-Records und rollte bislang binnen eines Jahres mit Silver Convention, Penny McLean, Ramona und anderen über vier Millionen Platten auf den internationalen Markt. Die Studiogruppe Silver Convention aus München kam, das war die Sensation 1975, mit „Fly, Robin, Fly“ an die Spitze der amerikanischen Hitparaden, nachdem schon „Save Me“ ein Welterfolg war. Auch Penny McLeans „Lady Bump“ und „1-2-3-4... Fire“ gelangten in die US-Charts, Gitta Walter ebenfalls.

Die von Moroder und Peter Bellotte in den Musicland-Studios aufgebaute Donna Summer brachte ihren Song „Love To Love You Baby“ ebenfalls in die amerikanischen Bestsellerlisten. Über ihre Plattenfirma WEA konnte sie in den Staaten über eine Million Platten verkaufen.

Während noch 1974 der deutsche Export nach USA per Tonträger kaum 0,01 Prozent ausmachte, dürfte dieser plötzliche Zunder aus deutschen Zipfelmützen in den Staaten die Ein-Prozent-Marke überschritten haben. Für dieses Jahr sind Steigerungen dieses Umsatzes zu erwarten, nachdem die deutsche Tonträgerindustrie für 1975 ohnehin eine

Konnte in New York als Sängerin bestehen: Hildegard Knef



plötzliche Steigerung gegenüber 1974 um 50 Prozent an Exporten von Fertigplatten und Fertiggassetten sowie Lizenzen registrieren konnte. Und dies nach langen Jahren gleichbleibend winziger Zuwachsraten im Exportgeschäft unter zehn Prozent per Anno.

Zweifellos liegt hier im Ansatz eine Trendwende vor: bisher war die Bundesrepublik ein bloßer Absatzmarkt angloamerikanischer Importe. Jetzt beginnt sich dieser vom Importdruck mit Minderwertigkeitsgefühlen gezeichnete Markt aus der Umklammerung sukzessive zu lösen, um eigene Exporte in den USA zu platzieren. Diese Schubumkehrung hat mehrere Gründe:

Da ist vor allem anderen die Konsolidierung einer eigenen Musikszene zu nennen, die zu einem neuen Selbstbewußtsein deutschsprachiger Komponisten, Texter, Verleger und Interpreten geführt hat. Gemeint ist die Berliner Bardenszene mit Mey, Schobert & Black, den Insterburgs und Roski. Gemeint ist vor allem die Hamburger Szene mit Udo Lindenberg, Otto Waalkes, Kiesewetter, Wader und Böttger. Es ist die Sängerlandschaft um Wien ganz besonders ins Gedächtnis zu rufen: Arik Brauer und André Heller, Marianne Mendt und Erika Pluhar, Wolfgang Ambros und Michael Heltau. Die Münchner Liedermacher um Konstantin Wecker – den deutschen Jazz von Doldinger bis Mangelsdorff, Brötzmann bis Schoof nicht zu vergessen. Sie, die Jazzer, waren allemal die Vorreiter eines Selbstbewußtseins deutscher Interpreten in den USA.

Und selbst im Bereich des konventionellen Schlagers hat es prägende Änderungen gegeben. Sänger wie Udo Jürgens machten hier vor Jahren den Anfang mit chansonhaften und balladesken Liedern und gescheiten Texten. Die Songs, einst absolute Minderheit im Trallalaland, müssen nicht mehr die Fehlfarben der Schnulze annehmen, wenn sie von Erfolg gekrönt sein wollen, sondern

Düsseldorfer Rock-Quartett Kraftwerk: Vom Titel „Autobahn“ 1975 in den USA über eine Million Platten verkauft



umgekehrt nehmen die Schlagermacher so unterderhand die Farben der Liedermacher an. Es kommt offenbar auf keine Konfrontation zwischen Schlager und den Szeneinterpreten heraus, sondern auf eine sukzessive Integration des Schlagers in den Songbezirk.

Dieses Erwachen eines stilistischen Selbstbewußtseins im Lande ging einher mit der Lösung technischer Aufnahme- und Wiedergabeprobleme. Nicht nur deutsche Schallplatten, auch deutsche Studios haben Weltrang. Zunehmend werden amerikanische Produktionen in Köln und Hamburg, Frankfurt und München absolviert.

Dieser Entwicklung ist ein weiterer wichtiger, wenn nicht entscheidender Schritt zu verdanken: der Sprung zum Exportkalkül – sicher zunächst von Leuten wie Siegel, Kunze und Moroder unbeabsichtigt, aber deshalb nicht weniger ein Ausdruck der beschriebenen Trendwende. Dieser Schritt bedeutet auch die Überschreitung der nationalen Vorurteilsgrenzen in zweifacher Hinsicht.

Einmal muß ein deutsches Musikexportprodukt nicht unbedingt von einem deutschsprachigen Musiker hergestellt worden sein oder in deutsch interpretiert werden.

Zum anderen muß ein deutsches Exportprodukt nicht a priori hinter den kopierten Originalen einherhinken. Es kann dem Urheber von Show und Pop sogar noch etwas vormachen. „Es ist so“, gesteht einer der Münchner Musikmacher, „als ob wir den Amerikanern Coca Cola verkauft haben.“

Nationales Vorurteil und internationale Komplexe sind durch die Aktion der Münchner – immer auf der Grundlage des durch die „Szene“ belebten Selbstbewußtseins – weggeschmolzen worden. Diesem Schmelzvorgang wird mit Sicherheit eine weitere Forcierung deutscher Exportgelüste folgen.

Im Zeichen von Massenmedien und

immer perfekterer Kommunikationen ist nationale Intonation ohnehin musealer Pflege überlassen. Notwendiger Pflege – aber die Popmoden etablieren sich kosmopolitisch und urban zugleich. So wie sich Jazz und Swing, Sweet und Rock and Roll, Beat und Rock, Soul und Reggae bereits im Anfangsstadium zu internationalen Moden entwickelten, hat umgekehrt der bisherige Adressat solcher Modewogen nur dann eine Chance den Spieß herumzudrehen, wenn er seine Energien und Einfälle an den bisherigen Absender richtet und diesen mit gleichen Mitteln attackiert.

Deutsches Entertainment in den USA kann nur vorwärts kommen, wenn deutsches Entertainment auf die perfektionierte und stilistische Höhe des amerikanischen Vorbilds kommt. Nur aus der sprachlichen Kongruenz und technisch-stilistischen Niveautendenz konnten die Briten mit dem Beat erstmals mit den Amerikanern gleichziehen. Die Beatles haben vorgemacht, was die Deutschen nachzumachen beginnen: die US-Originale nachzugestalten und eigene Formen daraus zu destillieren.

Natürlich: ein Prozent des amerikanischen Tonträgermarkts ist nichts gegen die fast 33 Prozent der Amerikaner am deutschen Markt. Dies ist noch drastischer am Tourneemarkt. Wir sind hier nur Zeuge eines beginnenden Prozesses. Nicht mehr. Und wir verdanken die Möglichkeit zu dieser Entwicklung vor allem der amerikanischen populären Musik, die nach 1945 damit begann, den Schwulst völkisch-chauvinistischer

Reichsmusikkammer-Konzeptionen hinwegzublasen und das Ohr Germaniens für die Neue Welt geneigt zu machen. Amerikas populäre Musik hat den Gehörgang der Deutschen aufgebohrt. Und dadurch sind wir in die Lage versetzt worden, mit eigenem Gehör und eigenem Gespür zu eigenem Stil und eigenen Stars zu finden, die zunehmend Weltgeltung finden werden.

Silver Convention: Ein Klangkuchen aus drei leckeren Schichten



Die Lautsprecher-Reform



CL Serie von Living Audio*

und das 3-Punkte Programm

1. Technik exakterer Klang durch Dural-Aluminium-Membranen (mehr Baß in kleinerem Gehäuse)
2. Design neutral und zeitgemäß
3. Preis preiswerter als Sie denken (fragen Sie Ihren HiFi Fachhändler)

COUPON

Vertrieb: Audio Electronic GmbH & Co. KG · 4 Düsseldorf, Postf. 1401

Bitte schicken Sie mir kostenlos und unverbindlich

- ☐ Informations-Material über die CL-Serie
☐ Informations-Material über das gesamte Living Audio Lautsprecher-Programm (CE- und CL-Serie)
☐ Bitte nennen Sie mir einen Living-Audio Repräsentanten in meiner Nähe

Name _____

Adresse _____

* diese Serie wurde in Japan mit dem Prädikat „Exzellente Klangqualität“ ausgezeichnet

AUDIO ELECTRONIC GmbH & Co. KG
4 Düsseldorf, Postfach 1401

Erhältlich nur in den besten HiFi Fachgeschäften