

Masterarbeit im Fach  
Deutsch als Fremdsprache – Kulturvermittlung

**Der deutsche Schlager im DaF-Unterricht**

eingereicht von: Simon Mues  
im September 2012

am Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften  
der Freien Universität Berlin

Erstgutachterin:  
Prof. Dr. Almut Hille

## Inhalt

1.	Einleitende Worte .....	1
2.	Annäherung an den Untersuchungsgegenstand .....	2
2.1	Definitionsversuch .....	2
2.1.1	Merkmale eines Schlagers .....	4
2.1.2	Der Schlager als <i>Markenartikel</i> .....	5
2.2	Schlagerkonsumentin und Schlagerkonsument .....	10
2.3	Erhebung zur aktuellen Situation des Schlagers .....	12
2.3.1	Zielsetzung der Umfrage .....	12
2.3.2	Fragebogen und Rahmenbedingungen .....	12
2.3.3	Auswertung .....	15
3.	Epochen und ihre Schlager – Schlager und ihre Epochen? .....	19
3.1	Weimarer Republik .....	20
3.2	Schlager im <i>Dritten Reich</i> .....	23
3.3	Nachkriegszeit und Wirtschaftswunder .....	25
3.4	Schlager versus Beatmusik .....	26
3.5	Ideologie oder Kopie? Schlager in der DDR .....	28
3.6	<i>Hitparade, Disco</i> und Gesellschaftskritik .....	30
3.7	Neue Deutsche Welle versus Volksmusik .....	32
3.8	Die Wende und ein Schlagerrevival .....	34
3.9	Der Schlager im 21. Jahrhundert .....	35
4.	<i>Deutsche Identität</i> im Schlager? .....	37
4.1	Gesungener Lokalpatriotismus .....	39
4.2	Schlager mit Migrationshintergrund .....	41
4.3	Party- und Urlaubsschlager .....	43
4.4	Schlagerparodien .....	44
5.	Schlager im Unterricht .....	46
5.1	Gründe für Musik im Unterricht .....	47
5.2	Überblick zu möglichen Unterrichtsthemen um den Schlager .....	49
5.3	Unterrichtsentwurf I: Lexikvermittlung anhand von <i>Sieben einsame Tage</i> .....	53
5.3.1	Lerngruppe und globale Lernziele .....	55
5.3.2	Umsetzung .....	56
5.4	Unterrichtsentwurf II: Die Umweltproblematik im Spiegel des Schlagers .....	58
5.4.1	Lerngruppe und globale Lernziele .....	60
5.4.2	Umsetzung .....	60
6.	Fazit und Ausblick .....	64
7.	Literaturverzeichnis .....	67
8.	Titelverzeichnis .....	72

## Anhang

## 1. Einleitende Worte

Die 1970er-Jahre sind eine ereignisreiche Zeit in Deutschland. Die Auseinandersetzungen über das richtige politische System stehen in ihrem Zenit. Theodor W. Adornos Anhänger sind davon überzeugt, dass der deutsche Schlager die Menschen in die Irre führt: Sie prangern an, dass die Arbeiter ausgebeutet werden, diese müssten täglich ihre Arbeitskraft an das Kapital abliefern und das verdiente Geld für ihr Betäubungsmittel ausgeben: Unterhaltungsmusik.<sup>1</sup> Der Schlagerproduzent Jack White antwortet auf den philosophischen Anti-Schlager-Diskurs in einem Lied mit folgender Strophe:

Sie halten sich für die Klügsten der Welt / Oh, wie sind sie klug / Für sie gilt nur das, was ihnen gefällt / Welch ein Selbstbetrug / Was überall auf dieser Welt den Menschen Freude macht / Darüber rümpfen sie doch nur die Nase / Auf das Getue sagen wir / Freunde, nun ist mal genug.<sup>2</sup>

Tina York ruft es hinaus in die Welt: *Wir lassen uns das Singen nicht verbieten*. Die Siebziger werden ein erfolgreiches Schlagerjahrzehnt, trotz oder wegen aller Kritik. Vielleicht sind sie rückblickend sogar das prototypische Jahrzehnt für dieses Genre.

Doch was genau zeichnet einen Schlager aus? Wodurch wird er ein *deutscher* Schlager? Wer hört ihn, nur ältere Menschen? Am Anfang einer Arbeit über den deutschen Schlager muss eine Definition desselben stehen – oder zumindest der Versuch einer solchen. Um den aktuellen Stand zu erfassen, wird eine Umfrage zum Schlager durchgeführt, in der es um die Einstellungen zu diesem Genre sowie dessen Definition aus heutiger Sicht geht.

Weiterhin gilt es zu untersuchen, wie sich die Zeitgeschichte im Schlager widerspiegelt, wie sie ihn rhythmisch, vor allem auch textlich verändert hat und wie der Schlager zu verschiedenen Zeiten rezipiert wurde bzw. welche gesellschaftlichen, vielleicht sogar identitätsstiftenden Funktionen er erfüllte und noch heute erfüllt.

Ziel der Arbeit ist es, das Phänomen Schlager so aufzubereiten, dass es in verschiedener Hinsicht für den Fremdsprachenunterricht Deutsch fruchtbar gemacht werden kann. Zum einen handelt es sich bei Schlagern selbst um ein Stück deutscher Geschichte, innerhalb dessen die jeweiligen Zeitströmungen verarbeitet werden. Zum anderen eignen sie sich aufgrund ihrer einfachen, sich wiederholenden Struktur besonders zum Lernen von Lexik und Grammatik. Nach einem kurzen Abriss über Musik im Unterricht werden dementsprechend zwei Unterrichtsentwürfe zu den beiden genannten Schwerpunkten vorgestellt.

---

<sup>1</sup> Vgl. MORITZ 2001:203.

<sup>2</sup> Mittranskribiert durch SM. Aus: *Wir lassen uns das Singen nicht verbieten* (1974). Detaillierte Angaben zu allen genannten Titeln finden sich unter Punkt 8. Operetten werden im Übrigen in einem gesonderten Block am Ende des Verzeichnisses erfasst.

## 2. Annäherung an den Untersuchungsgegenstand

„Obwohl jede(r) ganz genau wusste, was ein Schlager ist, war niemand in der Lage, den Schlager in befriedigender Weise zu definieren. Was natürlich niemanden davon abhält, es dennoch zu versuchen.“<sup>3</sup> Schlager ähneln Phantomen: Jeder hat von ihnen gehört, manche finden sie aufregend, andere anstrengend – doch sie zu fassen, ist bislang niemandem gelungen. Trotzdem gibt es Jäger, die versuchen, sie zu stellen. Eine solche Jagd stellt diese Arbeit dar.

Doch ganz so aussichtslos, wie die obige Aussage impliziert, ist das Unterfangen nicht. So gibt es einige Attribute, die dieser Musikrichtung zugeschrieben werden können oder konnten. Auch die Annäherung an den Schlager über die Sammlung von Definitionsversuchen ist vielversprechender, als es auf den ersten Blick scheint.

Zunächst geht es darum, zu klären, woher der Schlager seinen Namen und welche Evolutionsstufen er durchlaufen hat. Anschließend werden Merkmale gesammelt, die zu dieser Form von Musik gehören. Gegenstand des darauffolgenden Unterkapitels ist die Fokussierung auf den kommerziellen Charakter. Nach einem Blick auf die Hörerinnen und Hörer des Schlagers in der heutigen Zeit schließt das Kapitel mit der ausführlichen Darstellung einer Umfrage, die durchgeführt wurde, um einen Eindruck darüber zu erlangen, welchen Stellenwert Schlager für deutsche Muttersprachler im heutigen Deutschland besitzen.

### 2.1 Definitionsversuch

Mit der Erfindung des Buchdrucks in der Mitte des 15. Jahrhunderts wurde es erst möglich, das Lied in gegenständlicher Form auf den Markt zu bringen. Mit Bildern und Bank zog der Bänkelsänger durch die Lande, baute sich auf den Märkten auf und bot singend und erzählend seine Lieder zum Kauf an.<sup>4</sup>

Diese Liedblätter sind eine Art Urahn der heutigen deutschen Schlager-CD: Massenhaft wurden Lieder unter das Volk gebracht; auch ohne Anwesenheit des Sängers konnten sie sich weiter verbreiten. Noch bis ins 20. Jahrhundert hinein wird der Vertrieb von Notenblättern das Hauptgeschäft der Musikbranche ausmachen.

Um 1860 entwickelt Jacques Offenbach „eine Mischung aus Musiknummern und gesprochenen Dialogen“<sup>5</sup>: die Operette. *Orphée aux enfers* und *La belle Hélène* sind so erfolgreich, dass man auch in Wien darauf aufmerksam wird. Johann Strauß schreibt 1871 die erste deutschsprachige Operette. Zu den bekanntesten Werken aus seiner Feder zählen

---

<sup>3</sup> MENDÍVIL (2008:137) über die Auswertung seiner Studie zur Verknüpfung von Heimat und Schlager in Deutschland.

<sup>4</sup> KRAUSHAAR 1983:14f.

<sup>5</sup> PORT LE ROI 1998:13.

*Die Fledermaus* (1874) und *Der Zigeunerbaron* (1885).<sup>6</sup> Laut einem zeitgenössischen Rezensenten schlägt die Uraufführung der Strauß-Operette *Der lustige Krieg* „– ein Blitz, ein Knall – granatenhaft ein und Girardi mußte den Walzer dreimal singen.“<sup>7</sup> Vermutlich ist das die Geburtsstunde des Begriffs *Schlager*, „als Erfolgsbegriff für ein erfolgreiches Lied oder Musikstück“<sup>8</sup>. Später wurde der Schlagerbegriff auf andere Bereiche übertragen. So zog er als *Verkaufsschlager*<sup>9</sup> in die Marketingsprache ein.

Mit der Erfindung des Grammophons im Jahre 1887 wird die industrielle Herstellung und Vermarktung von tönender Musik möglich.<sup>10</sup> Grammophonbesitzer sind nicht mehr auf die Präsenz eines Sängers bzw. Chores, eines Orchesters oder einer Kapelle angewiesen, um Musik zu hören. Entsprechend hohe Wachstumsraten weist der Schallplattenhandel auf – bereits im Jahre 1900, nur 13 Jahre nach der Erfindung, werden in Deutschland 2,5 Millionen Platten verkauft, sieben Jahre später schon 18 Millionen Exemplare.<sup>11</sup> Ab 1923 „etablierte sich [der Rundfunk] als wichtigster Werbeträger der Schallplatte und verhalf der Phonindustrie 1929 zu einer Jahresproduktion von 30 Millionen Exemplaren,“<sup>12</sup> der Großteil entfällt auf Unterhaltungsmusik. Ab den 1920er-Jahren wird der Schlagerbegriff „zur Gattungsbezeichnung für das ‚aktuelle, gewerblich vermittelte, in technischer Massenproduktion hergestellte, kurzlebige, modische Tanz- und Stimmungslied‘, unabhängig von Stil und Sprache“<sup>13</sup>. Noch 1968 spricht DER SPIEGEL von den *Schlagern der Beatles*.<sup>14</sup> Eine austerbende Kombination, denn längst gerät der Schlager ins Visier der Beat-Fans: wie verstaubt steht er neben den neuen schmissigen Rhythmen. Ein Beat-Stück wird ein *Hit*, kein Schlager: „In der Nachkriegszeit ging der Begriff [des Schlagers; SM] [...] dazu über, eine bestimmte Art von Musik zu bezeichnen, die sich in Opposition zur englischsprachigen Musik verstand, wodurch ihr zunehmend ein nationaler Charakter zugesprochen wurde.“<sup>15</sup>

1992 setzt MÄSKER Schlager mit *Schnulzen* gleich und fasst zusammen: „Ein traditioneller deutscher Schlager ist also heute beschränkt auf ein einfaches Musikstück mit deutschem Text von sentimentalem Inhalt.“<sup>16</sup> Und weiter: „Die deutschsprachige Unterhaltungsmusik, die neben traditionellen Schlagern auch Pop, Rock und die Neue Deutsche Welle enthält, wird unter dem Begriff deutscher Schlager zusammengefaßt.“<sup>17</sup> Diese Definition ist,

---

<sup>6</sup> Vgl. PORT LE ROI 1998:14.

<sup>7</sup> Ebd.:9.

<sup>8</sup> A.a.O.

<sup>9</sup> Vgl. HELMES 1996:63.

<sup>10</sup> Vgl. KRAUSHAAR 1983:15.

<sup>11</sup> Vgl. a.a.O.

<sup>12</sup> A.a.O.

<sup>13</sup> HELMES 1996:63f.

<sup>14</sup> „Ihre *Schlager* von gestern kommen ihnen heute ‚wie Lieder aus der Kinderzeit vor‘. Dennoch sind *die Beatles*, Endzwanziger mit geschiedenen Ehen [...] zu ihrem Jugend-Stil zurückgekehrt [...]“ Auszug aus: *Spöttische Hommage*. In: DER SPIEGEL 49/1968 (02.12.1968). 208. Hervorhebung durch SM. Für die 1960er ist die Gleichsetzung von Schlager und Unterhaltungsmusik noch üblich, Adorno spricht in seinen Vorlesungen von 1962 z. B. von „amerikanischen Schlagern“, heute ein Widerspruch in sich. (Vgl. etwa ADORNO 1962:36).

<sup>15</sup> MENDIVIL 2008:346f.

<sup>16</sup> MÄSKER 1992:1.

<sup>17</sup> Ebd.:2.

wenn sie denn je Gültigkeit besaß, inzwischen überholt. Deutschrock- und Deutschpophörer dürften sich nicht zwangsläufig als Schlagerhörer bezeichnen. Daher gilt es, den Schlager von Pop<sup>18</sup> abzugrenzen. Dazu bemerkt MAREK treffend, dass „Versuche, die Differenzen zwischen Schlager und Pop herauszufiltern, [...] allzu oft in einer bunten Mischung aus Wahrheiten, Kritik, subjektiven Werturteilen und der Reproduktion von Klischees [münden].“<sup>19</sup> Die Grenzen scheinen fließend, dennoch dürften die meisten Muttersprachler das Gefühl haben, ganz klar Schlager und Pop unterscheiden zu können. Vor allem Jüngere fühlen sich eher dem Pop verbunden und grenzen sich damit von Schlagern als „Mittel zur Bewältigung des öden und tristen Alltags und schließlich als ‚Reservat des Ewiggestrigen‘“<sup>20</sup> ab. Diese Abgrenzung ist allerdings derartig allgemein, dass sie kaum als solche taugt.

MENDÍVIL stellt schließlich fest, „dass der deutsche Schlager keiner harmonischen, melodischen oder rhythmischen Diktatur unterworfen ist“<sup>21</sup>. Betrachtet man das Phänomen des Schlagers auf diese Weise, wird klar, dass gerade in den von MAREK noch beklagten „subjektiven Werturteilen“ die Antwort liegt. Offenbar hängt die Einteilung in *Schlager* oder *Nicht-Schlager* von einem spezifischen Vorstellungs- und Wertesystem ab.<sup>22</sup> MENDÍVIL folgert daraus, „dass der deutsche Schlager nicht als eine musikalische Gattung untersucht werden kann, wohl aber als ein Diskurs.“<sup>23</sup> Es geht darum, herauszufiltern, welche Werte, Urteile, auch Klischees deutsche Muttersprachler mit dem Schlager verbinden, um ihn als Phänomen einordnen zu können. Um einen Einblick in das Werteuniversum zu erhalten, das den Schlager umgibt, wurde eine Umfrage zum Thema durchgeführt. Diese wird in Kapitel 2.3 vorgestellt und analysiert.

### 2.1.1 Merkmale eines Schlagers

Selbst wenn nicht alle typischen Attribute eines Schlagers Alleinstellungsmerkmale<sup>24</sup> sind, so sollte man sie dennoch zusammenstellen, um das Phänomen besser fassen zu können. Insbesondere für die Vorbereitung und Durchführung der Unterrichtsideen (vgl. Kap. 5) ist es essenziell, auf einen Merkmalskatalog zurückzugreifen.

Die folgenden Attribute können als schlagertypisch festgehalten werden: „eingängig, einfach, zugänglich und partizipativ“<sup>25</sup>. Mit anderen Worten: Schlager sind so konzipiert, dass

---

<sup>18</sup> Die Definition des Popbegriffs entweder als Gegenbegriff zum Schlager wie bei MAREK 2006 oder als Überbegriff für alle populäre Musik ist ähnlich komplex wie diejenige für den Schlager. Eine empfehlenswerte Annäherung bietet WICKE 2004, vgl. bes. S. 120, der *Pop* – analog zu MENDÍVIL 2008 für den Schlagerbereich – als einen gesellschaftlichen Diskurs versteht.

<sup>19</sup> MAREK 2006:39. In Fn. 54 unterscheidet er im Übrigen nicht zwischen Volksmusik und Schlagern.

<sup>20</sup> Ebd.:39f.

<sup>21</sup> MENDÍVIL 2008:345.

<sup>22</sup> Vgl. ebd.:346.

<sup>23</sup> A. a. O.

<sup>24</sup> Vgl. [http://www.business-on.de/definition-unique-selling-proposition-usp-\\_id32055.html](http://www.business-on.de/definition-unique-selling-proposition-usp-_id32055.html). Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>25</sup> MENDÍVIL 2008:140.

man sie direkt verinnerlicht. Die Metapher vom *Industrieprodukt Schlager* wird nicht ohne Grund immer wieder bemüht. WEISWEILER definiert Schlager gar wie ein Kleidungsstück aus der aktuellen Modekollektion, genauer gesagt als

ein nicht organisch gewachsenes, auf Kurzlebigkeit ausgerichtetes, personalisiertes, d. h. von einem ihm angepaßten Star vermitteltes, massenweise hergestelltes und auf bloße Rezeption ausgerichtetes Konfektionsstück, dessen textliche und musikalische Form verkaufspsychologischen Prinzipien folgt [...].<sup>26</sup>

Dieser Definition haftet sicher ein kritischer Unterton an, der die Schlagerforschung der 1960er- bis in die 1980er-Jahre prägt. Dennoch ist ihr ihre Gültigkeit bis heute nicht abzuspüren. Entsprechend wird im folgenden Kapitel der *Markenartikel Schlager* genauer dargestellt.

Die Differenzierung innerhalb des großen Bereichs des Schlagers fällt ebenfalls nicht leicht. So setzt beispielsweise MAREK Volksmusik mit Schlagern gleich<sup>27</sup>. Damit fielen Marianne Rosenberg, Andrea Berg und Marianne und Michael in ein und dieselbe Kategorie, was für Aufschreie in den einzelnen Fangruppen sorgen könnte. Interessant ist an dieser Stelle DJ Ötzi, der aufgrund seiner Herkunft (Österreich), seines Auftretens (Lederhosen und Oberhemd) und seines Musikmixes in jede dieser drei Kategorien passen könnte: Schlager, Volksmusik, deutscher Pop.<sup>28</sup> Also ist es nötig, den Schlager in einen popnahen und einen volkstümlichen Bereich aufzugliedern (vgl. 3.7). Weiterhin gibt es den Begriff *Chanson*, welcher von MORITZ in einer Anekdote recht anschaulich beschrieben wird:

Einmal im Jahr [...] war europäischer Schlagerwettbewerb. [...] ‚Chansons‘ sollten da gesungen werden [...]. So ein Pariser Chanson war getragener und ernster [...]. Französische Interpreten trugen schwarze Bekleidung und einen feierlichen Gesichtsausdruck; wenn sie sangen, gehörte es sich nicht, lauthals mitzugrölen oder zu klatschen.<sup>29</sup>

Offenbar hängt die Einordnung in ein (Unter-)Genre auch davon ab, wie etwas präsentiert wird, nicht nur, wie es klingt.

### 2.1.2 Der Schlager als *Markenartikel*

„Entweder, das wird ’n Welthit / Wir verdienen da ’n Haufen Geld mit / Oder aber uns fällt ’n Stein vom Herz / Unser Scheiß ist kein Kommerz.“<sup>30</sup> Darf man ein Kapitel über Schlager mit einem Nicht-Schlager beginnen? Es bietet sich zumindest an, denn die Gruppe Fettes Brot

---

<sup>26</sup> WEISWEILER 1985:31f.

<sup>27</sup> Vgl. Fußnote 54 in MAREK 2006:39.

<sup>28</sup> Vgl. ebd.:54.

<sup>29</sup> MORITZ 2008:115.

<sup>30</sup> *Welthit* von Fettes Brot (2002). Zitiert nach: <http://www.fettesbrot.de/fb/static/lyrics.php?txtfile=welthit.html>. Link kontrolliert: 28.08.2012.

bringt es in dem ironischen Refrain ihres Songs *Welthit* auf den Punkt: Entweder ein Künstler oder eine Künstlerin hat Erfolg mit seiner/ihrer Musik – oder der Makel des Kommerziellen haftet eben *nicht* an dem Lied, was bedeutet, dass man sich in irgendeiner Form moralisch auf der sicheren Seite bewegt – arme Künstler erscheinen vielleicht glaubwürdiger in ihrer Kunst, weil sie Kunst um der Kunst willen herstellen, nicht, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Gerade dem Schlager wird diese Zugehörigkeit zur Kunst durch seine Kommerzialität mitunter abgesprochen. In dieser Arbeit geht es nicht darum, die Qualität von Schlagern zu bewerten, erst recht nicht anhand der Kategorien *kommerziell* und *nicht-kommerziell*. Wohl aber ist es interessant, den *Artikel* Schlager als Industrieprodukt näher zu beleuchten.

Im Zuge der Industrialisierung ab dem Ende des 19. Jahrhunderts entsteht auch eine Musikindustrie, die Musikproduktion erfolgt fortan arbeitsteilig. Bis ein Stück beim Konsumenten ankommt, sind demnach nicht mehr nur Komponisten und Texter beteiligt: „Der Komponist liefert oft nur die Melodien, die ein vom Verlag angestellter Arrangeur für die unterschiedlichen Zwecke umsetzt.“<sup>31</sup> Zunächst werden gedruckte Noten vertrieben, die in Gaststätten, auf Veranstaltungen, aber auch zu Hause gespielt werden. Erste Profiteure der Musikindustrialisierung sind somit Musikverlage. Mit der Schaffung der AFMA, ähnlich der heutigen GEMA, werden ab 1903 nach dem damals neuen Urhebergesetz Tantiemen an Verfasser und Rechteinhaber von Musikstücken gezahlt, „[d]ie Strukturen einer modernen Musikverwertung sind somit geschaffen.“<sup>32</sup>

Nachdem Emil Berliner 1887 sein Patent für die Schellackplatte, bzw. für sein Gramophonsystem aus Platte und Abspielgerät, angemeldet hat<sup>33</sup>, kommt zum Notenversand der Verkauf bereits eingespielter und auf Tonträger gepresster Stücke hinzu. Dieser steigt weltweit rasant an, in Deutschland vor allem zwischen den Weltkriegen: „Werden 1907 im Kaiserreich 18 Millionen Schallplatten verkauft, so sind es 1930 bereits stolze 30 Millionen – eine Marke, die erst 1955 wieder erreicht wird.“<sup>34</sup> Drei Viertel aller verkauften Tonträger im Deutschen Reich sind 1930 Schlagerplatten.

Doch wie funktioniert die Vermarktung? Der Schlager als *Konsumgut* lässt sich hinsichtlich seiner Vermarktung mit der Automobilbranche vergleichen. Wie der Schlagermarkt, so ist auch der Automobilmarkt zirka hundert Jahre alt. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts kamen unzählige Modelle (*Marken* wie *Golf*, *Polo*, *Transporter*) von diversen Herstellern und ihren Produktionslinien (*Dachmarken*<sup>35</sup> wie *Volkswagen* oder im Falle von *General Motors* z. B. die Dachmarke *Opel*) auf den Markt. Unabhängig davon, ob sie wie *Maserati* oder *Porsche* zur Luxus- oder wie *Dacia* zur Discountklasse zählen, alle Marken müssen dem

---

<sup>31</sup> SOWADE 2008:24.

<sup>32</sup> A.a.O.

<sup>33</sup> Vgl. US-amerikanisches Patent Nr. 15232, erteilt am 08.11.1887. Siehe <http://www.emil-berliner-studios.com/de/chronik1.html>. Link kontrolliert 28.08.2012.

<sup>34</sup> SOWADE 2008:25.

<sup>35</sup> SCHNEIDER (2003:206) nennt weitere Beispiele: „Im Rahmen der Dachmarke werden alle Produkte des Unternehmens unter einer Marke geführt. Hierzu gehören Unternehmensmarken wie *Dell*, *IBM*, *Microsoft* etc.“

Konsumenten nähergebracht bzw. mit Werten *aufgeladen* werden. Das funktioniert am besten über Werbung, Public Relations, Probefahrten, aber auch über das persönliche Gespräch unter Freunden. Ähnlich verhält es sich mit Schlagern.

Spätestens seit der Nachkriegszeit, das wird im dritten Kapitel zu zeigen sein, hängt die Vermarktung eines Schlagers nicht nur von der Stimme, sondern auch von der Person des Sängers oder der Sängerin ab. Dabei ist nicht entscheidend, wie ein/e Interpret/in *ist*, sondern wie sie oder er in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird: „Stars werden gemacht. Sie müssen möglichst viele Charakteristika des gerade gefragten Zeitgeistes auf sich vereinigen.“<sup>36</sup> Ein Bild, ein *Image* wird kreiert, man könnte auch sagen, der/die Schlagersänger/in spielt eine Rolle. Man stelle sich vor, ein junger Sänger namens Philipp Meyer soll zum Schlagerstar aufgebaut werden. Sein Name scheint ein wenig beliebig, schließlich gibt es unzählige Meyers in Deutschland. In den 1960er- und 1970er-Jahren hätte Philipp wahrscheinlich einen englisch klingenden Namen erhalten, vielleicht Phil Brown wie Roy Black oder Jack White – bei Roberto Blanco handelt es sich im Übrigen nicht um einen Künstlernamen –, im klaren Widerspruch zu den bewusst deutschen Texten. Heute darf es wieder deutsch sein.<sup>37</sup> Man nenne ihn also beispielsweise *Philipp Weydenberg*, das klingt nach Frische, nach Wiesen, gutem Hause, ist unverfänglich, erinnert an Marianne Rosenberg und Andrea Berg, ohne Verwechslungsgefahr zu bieten, und enthält immerhin das „ey“ und „er“ aus seinem Namen. Ist der Name gefunden, kann die Figur *Weydenberg* als Dachmarke aufgebaut werden: Durch Auftritte, Zeitungsartikel, Berichterstattung in *Promimagazinen* wie *Prominent* auf VOX oder *Brisant* in der ARD usw.

Als Submarken dienen die jeweiligen Titel, die Philipp von nun an singt, wo immer er kann: „Durch seine Identifikation mit dem Schlager erhält der Text seine Wirkung; gleichzeitig stellt sich im Text das bestimmte Image des Stars dar.“<sup>38</sup> Die Lieder müssen einen eigenständigen Klang haben, schließlich sind es unterschiedliche Marken. Die Konsumenten sollen aber direkt die passende Dachmarke identifizieren. Das geschieht einerseits über Stimme des Interpreten; andererseits sollte auch das Arrangement einen *uniquen* Klang haben, ein Alleinstellungsmerkmal, das den Hörer/innen im Radio möglichst schnell sagt: *Ich bin ein Lied von Philipp Weydenberg*.

Als Merkmale einer Marke gelten: „gleich bleibende bzw. verbesserte Qualität – gleich bleibende Mengen – gleich bleibende Aufmachung – Ubiquität, größerer Absatzraum, überall erhältlich – Verbraucherwerbung.“<sup>39</sup> Wie die genannten Autos, die bei ihrer Markteinführung

---

<sup>36</sup> KRAUSHAAR 1983:20.

<sup>37</sup> In mehreren Untersuchungen wurde gezeigt, dass viele deutsche Verbraucher/innen an der Übersetzung von Werbesprüchen, sogenannten *Claims*, scheitern. SAT.1 warb eine Zeitlang mit „Powered by emotion“ – das wurde von nicht wenigen als „Kraft durch Freude“ übersetzt. Zu weiteren Pannen dieser Art vgl. <http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/denglisch-in-der-werbung-komm-rein-und-finde-wieder-raus-a-310548.html>. Link kontrolliert: 03.09.2012.

<sup>38</sup> WEISWEILER 1985:38.

<sup>39</sup> SCHNEIDER 2003:204.

noch besser, noch sparsamer, noch sicherer sein müssen, um am Markt bestehen zu können, muss auch die Figur *Weydenberg* sich entwickeln, sonst langweilt sie ihr Publikum. Gleichzeitig darf sie den *Markenkern* nicht ändern, d. h., die Fans müssen ihn über die Jahre hinweg wiedererkennen können. Schließlich schaffen Marken

Beziehungen, an ihnen orientiert sich der Konsument. Starke Marken sind unverwechselbar und schwer kopierbar. Sie haben Persönlichkeit, starke emotionale Bindungskräfte nach innen und nach außen. Starke Marken sind immer die Übereinstimmung von Versprechen und Erwartung.<sup>40</sup>

Man mag einwenden, es wäre eines Menschen unwürdig, von ihm als *Marke* zu sprechen. Doch genau diese *Vermarktung* geschieht. So hart es klingen mag, doch auch für Schlager und ihre Interpreten gilt der Produktlebenszyklus<sup>41</sup>, nach dem ein Produkt aufsteigt, sich unter Umständen verbessert, um auf seinem Zenit etwas zu verweilen, schließlich aber absteigt. Mehr als ein Schlagerstar ist daran zerbrochen, dass er nicht trennen konnte zwischen seiner Persönlichkeit und der fiktiv geschaffenen Figur für das Publikum:<sup>42</sup> „Der Starkult erfordert meist eine Konstanz des Auftretens. [...] Peter Maffay [...] benötigte viele Jahre, um sich als Rocksänger halbwegs zu etablieren. Andere bleiben – notgedrungen oder freiwillig – das, was sie immer waren.“<sup>43</sup>

Viele Konsumenten greifen zu einem Produkt, das viele andere verwenden (oft markiert durch Hinweise auf der Verpackung wie „Nummer 1 in Europa“ oder „95% würden es ihrer Freundin empfehlen“). „Ein Platz in der Hitparade beweist die Güte des Schlagers [...]“<sup>44</sup> Es ist ein Balanceakt zwischen Sicherheit (da es andere bereits getestet haben), aber auch dem Wunsch, einer Gruppe anzugehören, und dem Bedürfnis nach Individualität. Nicht ohne Grund gibt es viele Veränderungsoptionen bei Autos, die Tuningszene zeigt, was man aus einem Serien-*Golf* machen kann. Schlagerfans haben die Möglichkeit, sich in Fanclubs zu engagieren, Merchandisingartikel zu kaufen, die zeigen: *Ich bin ein Fan!*, sie können selbst ihre Lieblingstitel singen – kurz: Aus den Informationen und Eindrücken, die sie erhalten, konstruieren sie sich ihr eigenes Bild. CDs kann man nicht tunen, aber die Vorstellung, die man mit der Musik und dem Image des Stars verbindet.

Für die Submarken, die Songs, ist wichtig, „daß der Refrain als Hauptträger der Aussage oft eingehämmert wird; er soll einprägsam sein und dem Unterbewußtsein des Hörers nicht so schnell verlorengelassen.“<sup>45</sup> Auf diese Weise gelangen Text und Melodie ins Unter-

---

<sup>40</sup> SCHNEIDER 2003:204.

<sup>41</sup> „Ein zentrales Element der Produktpolitik ist der Produktlebenszyklus. Er umfasst die fünf Phasen Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung, Rückgang.“ (SCHNEIDER 2003:189).

<sup>42</sup> Vgl. z. B. Christoph Waltz in *Du bist nicht allein – Die Roy Black Story* (Deutschland 1996/Regie: Peter Keglevic/Turbine Studio).

<sup>43</sup> MORITZ 2001:211.

<sup>44</sup> KAYSER 1976:2.

<sup>45</sup> KRAUSHAAR 1983:19.

bewusstsein<sup>46</sup> – man summt sie vor sich hin, ohne zu wissen, warum. Um ein hohes Identifikationspotenzial möglichst vieler Kunden mit dem Produkt zu gewährleisten, wird auf Regionalakzente weitestgehend verzichtet, es sei denn, man richtet sich an ein Publikum mit einer Affinität zu einer bestimmten Region.<sup>47</sup> Eine besondere Projektionsvielfalt bieten Titel, die Adverbien mit dem Präfix „irgend-“ exzessiv nutzen, sie sind räumlich bzw. zeitlich ungebunden.<sup>48</sup>

Auch wenn MENDÍVIL für die heutige Zeit richtig festhält, dass es „kein Thema [gibt], welches der deutsche Schlager nicht behandeln könnte“<sup>49</sup> – nach wie vor gilt, dass der Erfolg umso größer ist, je massenkompatibler sich der Text darstellt bzw. je mehr Projektionsfläche er bietet. Darum ist das Thema *Liebe* so erfolgreich – egal, ob frisch verliebt oder gerade getrennt – für jedes Gefühl gibt es den passenden Schlager.

Resümiert man das soeben Genannte, so erscheint es als logische Konsequenz, dass im Rahmen der sich manifestierenden Kapitalismuskritik der 1960er- und 1970er-Jahre der Schlager ein geeignetes Feindbild abgab: Auf der einen Seite werden Menschen ausgebeutet, um als Sängerinnen und Sänger den Profit zu sichern. Auf der anderen Seite, und das war entscheidend für die Schlagerkritiker der 1970er-Jahre, ging man davon aus, dass Unterhaltungsmusik schlicht dazu diene, die Bevölkerung zu betäuben, sie abzulenken von der Ausbeutung ihrer Arbeitskraft: „[D]ie Schlageranalyse und -kritik der 70er Jahre, die sich theoretisch im Windschatten der Frankfurter Schule und Theodor W. Adornos Postulat von der entmenslichten, alles vereinnahmenden Kulturindustrie positioniert, [ist] als nicht ganz unproblematisch anzusehen.“<sup>50</sup> Sie ging dogmatisch davon aus, dass ein befreiter Mensch auf Unterhaltungsmusik nicht mehr angewiesen sei, sondern automatisch die Vorzüge der sogenannten Hochkultur zu schätzen wisse.<sup>51</sup> Darauf hofften übrigens auch die Verantwortlichen in der DDR. Sie mussten erleben, dass auch die sozialistischen Menschen Schlager wollten (vgl. 3.5).

MORITZ fasst zusammen: „Sich Schlagern allein ideologiekritisch zu nähern verdeckt ihre Eigenschaft, kultur- und sozialgeschichtliche Zustände zu spiegeln.“<sup>52</sup> Geht man rein vom Herstellungsverfahren eines Guts aus, muss das noch nichts über dessen Qualität aussagen. Auch ist es zu kurz gegriffen, einem Gut das Künstlerische aufgrund seiner kommerziellen Herstellung abzusprechen. Noch interessanter als die Herstellungsumstände ist das, was die Konsumenten später mit den Gütern machen und mit ihnen verbinden. Was als neuerworbenes

---

<sup>46</sup> „Die von der Schlagermusik ausgelösten Lustgefühle gehen in großem Maß auf die rhythmische Gliederung der musikalischen Gestalt zurück. Sie ist der erlebbare Gegenstand der Musik und bewirkt die psychische Reaktion der Selbstvergessenheit. Sie ist verbunden mit der Identifikation mit der Musik und hat großen Einfluß auf die Gefühlsbezogenheit des Musikerlebnisses.“ (WEISWEILER 1985:34).

<sup>47</sup> Vgl. etwa Nicki, die in den 1980ern mit bayerischem Akzent bundesweit Erfolge verbuchen konnte.

<sup>48</sup> Vgl. z. B. *Irgendwann, irgendwo, irgendwie* von Jürgen Drews (1990) oder *Irgendwie, irgendwo, irgendwie* von Nena (1984).

<sup>49</sup> MENDÍVIL 2008:351.

<sup>50</sup> MAREK 2006:47 nimmt hier u. a. Bezug auf KAYSER 1976 und MEZGER 1975 (Literaturangabe bei MAREK in Fußnote 69 als „Metzger“).

<sup>51</sup> Vgl. MORITZ 2001:204.

<sup>52</sup> A.a.O.

Produkt beginnt, gerät entweder in Vergessenheit, frei nach dem oben genannten Produktlebenszyklus, so ergeht es vielen Lebensmitteln oder anderen *Fast Moving Consumer Goods* (FMCGs)<sup>53</sup>. Oder aber es wird zu einem Begleiter, vielleicht sogar Familienmitglied. Das ist im Übrigen auch für andere Industrieprodukte nichts Ungewöhnliches: Die eine *Levi's 501* im Kleiderschrank, die es in ihrer Form noch tausende Male gibt, wird zur persönlichen Lieblingshose aufgrund der Erinnerungen, die damit verbunden sind. Der Warencharakter verblasst, sobald das Verkaufsumfeld fehlt. MENDÍVIL paraphrasiert Michel de Certeau diesbezüglich dahingehend, dass es neben der Industrieproduktion „eine andere Art von Produktion seitens der Konsumenten“ gebe, „die daraus besteht, die Dinge – in unserem Fall die musikalische Ware – den eigenen Zwecken entsprechend zu verändern.“<sup>54</sup> Jedes einzelne gekaufte Objekt kennt also weitere „Lebensphasen“ nach seiner Warenphase.<sup>55</sup> Bei einem VW 1302, also einem 40 Jahre alten *Käfer*, verhält es sich genauso: Das Objekt *VW Käfer* ist längst nicht mehr das Produkt aus Blech, Gummi und Plastik, das in Anzeigen mit dem Spruch *Da weiß man, was man hat*<sup>56</sup> als modernes, praktisches Alltagsauto beworben wurde. Es ist ein Schmuckstück, für manchen ein Freund. Es spielt keine Rolle, wie oft ein Produkt existiert. Auch ein Massenprodukt kann ein Unikat für einen Menschen sein. Wenn man bei *Marmor, Stein und Eisen bricht* die Frau oder den Mann fürs Lebens trifft – wie könnte man es noch als Massenprodukt wahrnehmen?

## 2.2 Schlagerkonsumentin und Schlagerkonsument

Die Wirkung von Schlagern [...] wird man umreißen dürfen als die von Schemata der Identifikation. [...] Nicht nur appellieren die Schlager an eine lonely crowd, an Atomisierte. Sie rechnen mit Unmündigen; solchen, die des Ausdrucks ihrer Emotionen und Erfahrungen nicht mächtig sind; sei es, daß Ausdrucksfähigkeit ihnen überhaupt abgeht, sei es, daß sie unter zivilisatorischen Tabus verkrüppelte.<sup>57</sup>

Wie bereits anklang, ging die Schlagerkritik nach ADORNO hart mit Schlagern ins Gericht. Wer so etwas mögen kann, dürfte nicht besonders intelligent sein, so die Vorstellung dieser Richtung. Bis heute wird dem Schlager nachgesagt, er richte sich vor allem an bildungsferne Schichten, naive Menschen, betagt, mit geringem Einkommen. Wirft man einen Blick in die Reihen des Publikums von Schlagersendungen à la Helene Fischer, wird deutlich, dass dort eine Menge junger Menschen sitzt. Das sagt noch nichts über deren Bildungsniveau, aber zumindest ein Klischee scheint nicht uneingeschränkt haltbar: Schlager seien etwas für alte Leute.

---

<sup>53</sup> Vgl. <http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/fast-moving-consumer-goods/fast-moving-consumer-goods.htm>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>54</sup> MENDÍVIL 2008:103.

<sup>55</sup> Vgl. ebd.:106.

<sup>56</sup> Eine Abbildung der passenden Anzeige findet sich im Anhang, S. XXI (Abb. 1).

<sup>57</sup> ADORNO 1962:37.

Als erste Annäherung wird nun zunächst die Hörerschaft von Schlagerradiosendern betrachtet.

Im Hörfunk sind Schlager nach wie vor stark vertreten. Oftmals mischen Radiosender Schlager und *Evergreens*<sup>58</sup>, sorgen aber bewusst für einen hohen Anteil an deutschsprachiger Musik. Das gilt für das gesamte Bundesgebiet – Sender dieser Art verfügen laut MA<sup>59</sup> überall über zirka 20 % Marktanteil in ihrer Region. Besonders stark sind die Sender unter dem Dach *NDR 1* (z. B. in Mecklenburg-Vorpommern 25 %, *Welle Nord* in Schleswig-Holstein und *Radio Niedersachsen* je 21 %), während in Konkurrenz dazu der Rock-/Popsender *Radio Hamburg* im Ballungsraum Hamburg 20 % erreicht. Im Bereich des MDR sieht es ähnlich aus (z. B. *MDR 1 Sachsen* 25 %, *MDR 1 Sachsen-Anhalt* 18 % usw.). *Bayern 4* kommt bayernweit auf 25 %, während der Rock-/Popsender *Antenne Bayern* 27 % abdeckt. Der *WDR 4* ist mit 15 % in Nordrhein-Westfalen das Schlusslicht unter den öffentlich-rechtlichen Schlagersendern, allerdings kommt durch die hohe Senderanzahl in NRW auch der Rock-/Pop-Primus *ILIVE*, ebenfalls WDR-eigen, nur auf 17 %. Andere wären mit ähnlichen Ergebnissen zu nennen.

Gehört werden die genannten Schlagersender tatsächlich vorzugsweise von älteren Menschen mit niedriger bis mittlerer Bildung. Z. B. sind neun von zehn Hörerinnen und Hörern von *hr 4* über fünfzig Jahre alt und zu 64 % bereits in Rente. Die Hälfte gibt an, über einen Haupt- bzw. Volksschulabschluss mit abgeschlossener Lehre zu verfügen. Bei *Antenne Brandenburg* und *MDR 1 Thüringen* sind fast drei Viertel der Hörerschaft über fünfzig, fast die Hälfte Rentner, ebenfalls die Hälfte mit mittlerer Reife und Ausbildung.<sup>60</sup> Werden also doch alle Klischees erfüllt? Aus diesen Daten zu schließen, dass ausschließlich Menschen jenseits des 60. Lebensjahres Schlager hörten, wäre ein Trugschluss. Zu groß ist das Themenfeld, das in Schlager abgedeckt wird, zu unterschiedlich sind die Verwendungszusammenhänge: „[W]enn man [...] nach bestimmten Interpreten fragt, wird klar, dass der Altersdurchschnitt der Hörer je nach Image des Interpreten sehr stark variieren kann.“<sup>61</sup> Man kann also festhalten, dass vor allem ältere Menschen Schlagersender bevorzugen. Doch muss man zusätzlich erfassen, *wo* ansonsten Schlager gespielt werden:

Lieder sind, wenn auch oft unbewußt, an Lebenssituationen gekoppelt, die die Sozialisation des einzelnen prägten. Tanzstunde, erster Kuß, Heirat, Trennung, Urlaubsreisen, Freizeit – der Schlager knüpft thematisch bevorzugt an Grundtypen des (bürgerlichen) Zusammenlebens an.<sup>62</sup>

---

<sup>58</sup> So spielt z. B. *NDR 1 Radio Niedersachsen* nach eigener Angabe „Oldies, Pop und Schlager – die schönsten Titel aus aller Welt.“ ([http://www.ndr.de/ndr1niedersachsen/wir\\_ueber\\_uns/index.html](http://www.ndr.de/ndr1niedersachsen/wir_ueber_uns/index.html). Link kontrolliert: 13.08.2012). Zur einfachen Abgrenzung wird dieser Typus hier kurz „Schlagersender“ genannt. Unter Evergreens werden hier Titel verstanden, die nach Jahrzehnten noch bekannt sind, unabhängig von ihrer Sprache oder ihres Stils. In diesem Zusammenhang spielt Nostalgie eine entscheidende Rolle.

<sup>59</sup> Markt-Analyse 2012/II. Bevölkerung über 10 Jahre, telefonische Befragung zum Programm von Montag bis Freitag (6–18 Uhr). Tabellarische Übersicht der Marktanteile pro Region, abzurufen unter [http://www.ard-werbung.de/fileadmin/downloads/forschung/Radioforschung/ma\\_2012\\_Radio\\_II\\_MMC-Marktanteilsbericht.pdf](http://www.ard-werbung.de/fileadmin/downloads/forschung/Radioforschung/ma_2012_Radio_II_MMC-Marktanteilsbericht.pdf). Link kontrolliert: 13.08.2012.

<sup>60</sup> Vgl. Media-Analyse 2012/II. Tabellen zur Hörerschaft in den *Planungsdaten 2012* des ARD Media-Service, Update Juli 2012, 28–45 (Angaben nur zu Sendern, die Werbung senden). Abzurufen unter <http://www.ard-werbung.de/forschung.html>. Link kontrolliert: 13.08.2012.

<sup>61</sup> MENDIVIL 2008:351.

<sup>62</sup> MORITZ 2001:205.

Um den übrigen Verwendungskontexten auf den Grund zu kommen, bietet es sich an, eine Befragung durchzuführen, in der vor allem jüngere Teilnehmer/innen Stellung nehmen zum Schlagerphänomen.

### 2.3 Erhebung zur aktuellen Situation des Schlagers

Seit Jahrzehnten wird der endgültige Niedergang des Schlagers prophezeit. Auch wenn sicher die Omnipräsenz in den Medien, vor allem in den Abspielgeräten der Jugend, längst passé ist, werden doch bis heute immer wieder neue Produktionen veröffentlicht – und nicht wenige hervorragend verkauft. Die Erfolge von Helene Fischer und Andrea Berg<sup>63</sup> sprechen für sich. Auf Familienfeiern, im Karneval, in den Winterferien in Österreich oder im Badeurlaub auf Mallorca – neue, neuaufgenommene und alte Schlager (*Evergreens*) sind bei all diesen Events massenhaft verfügbar und werden dort von allen Generationen und Schichten gehört und mitgesungen. So lautet zumindest die These, die der nun vorzustellenden Umfrage zugrunde liegt.

#### 2.3.1 Zielsetzung der Umfrage

Viele Untersuchungen zum Schlager stammen aus den 1960er- und 1970er-Jahren<sup>64</sup>, als dieses Genre noch sehr präsent war. Heute gilt der Schlager gemeinhin als Unterschichtenmedium und/oder als Projektionsfläche für die Träume und Erinnerungen der Generation 50 plus.<sup>65</sup>

Ziel der Umfrage war es, einen Eindruck von der aktuellen Situation des Schlagers in Deutschland zu bekommen. Es ging darum, zu ermitteln, wer wann Schlager hört, was als Schlager gilt und was nicht und über welche positiven bzw. negativen Einstellungen gegenüber dieser Musikrichtung Menschen in diesem Land verfügen. Dabei spielte es keine Rolle, ob Fragen „richtig“ oder „falsch“ beantwortet wurden oder ein möglichst großes Schlagerwissen vorlag. Subjektive Einstellungen und spontane Beurteilungen stehen im Fokus dieser Untersuchung.

#### 2.3.2 Fragebogen und Rahmenbedingungen

Mit einer Stichprobengröße von 120 Befragten<sup>66</sup> im Alter zwischen 19 und 64 Jahren ist die Umfrage in Hinblick auf die Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik eingeschränkt repräsen-

---

<sup>63</sup> Vgl. Kapitel 3.9.

<sup>64</sup> Oft waren diese wissenschaftlichen Abhandlungen geprägt von tiefer Ablehnung: „Im Umfeld von Kapitalismustheorie, Ideologiekritik und Neo-Marxismus entstand eine Vielzahl wissenschaftlicher Studien, die Freddy, Margot Eskens oder Connie Francis als Inkarnation des Bösen und ihre Produzenten als Beelzebub eines auf Gewinnmaximierung und Volksverdummung bedachten (Spät-)Kapitalismus sahen.“ (MORITZ 2001:203). Beachtenswert sind die Vorlesungen von ADORNO (1962) und die Analyse von KAYSER (1976).

<sup>65</sup> Vgl. 2.2.

<sup>66</sup> Die Umfrage selbst wurde über das Portal q-set.de durchgeführt. Die Stichprobengröße wurde auf 120 Fragebögen begrenzt, um den Auswertungs- sowie den finanziellen Aufwand in einem überschaubaren Rahmen zu halten.

tativ. Sie wurde im Zeitraum vom 16.07. bis 19.08.2012 online durchgeführt, was den Anteil älterer Menschen künstlich niedrig hält<sup>67</sup>. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wurden 20 Fragebögen in Papierform an ältere Menschen verteilt und im Anschluss digital nach-erfasst. Da mithilfe der statistischen Daten der Radiosender im Unterkapitel 2.2 bereits gezeigt wurde, dass ältere Menschen in Deutschland überproportional häufig Schlager konsumieren, ist es nun von Interesse, zu erfahren, ob jüngere wirklich nie Schlager hören, oder ob nur die Verwendungszusammenhänge sich unterscheiden. Dabei sollte auch berücksichtigt werden, dass im letzten Teil dieser Arbeit Ideen für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache vorgestellt werden: Betrachtet man die Einwanderungsstatistiken, fällt auf, dass fast die Hälfte aller Migrant/innen im Jahr 2009 im Alter zwischen 18 und 30 Jahre alt waren.<sup>68</sup>

Es liegt also nahe, Menschen der gleichen Altersgruppe zu befragen.

Der Link zur Online-Umfrage wurde via Facebook und E-Mail geteilt, sodass die Kerngruppe der Befragten aus dem Freundes- und Bekanntenkreis des Explorators besteht, ergänzt durch weitergeleitete Mails und mehr als 200 zusätzliche *Einladungen* via Facebook. Für einen höheren Grad an Repräsentativität wäre es wünschenswert, die Umfrage im Rahmen einer weiterführenden Untersuchung zu verifizieren. Dennoch liefert die durchgeführte Befragung wertvolle Tendenzen, die helfen, die Bedeutung des Schlagers im aktuellen bundesdeutschen Erfahrungsbereich zu verorten (vgl. 2.3.3).

Der Fragebogen, der sich im Anhang (Seite I)<sup>69</sup> einschließlich kumulierter Antworten und Vergleichswerte findet, besteht aus 34 Fragen zum Musikgeschmack, zur Bekanntheit von Schlagern und Schlagersängern/innen sowie zu soziodemografischen Daten und Vorlieben der Befragten. Generell wurde auf eine einfache Bedienbarkeit geachtet. Um qualitative Einschätzungen abbilden zu können, wurden häufig Schieberegler genutzt. Auf diese Weise konnte anstelle einer einfachen *Schwarz-Weiß*-Auswahl eine Einstellung zwischen zwei Polen angegeben werden. Ansonsten wurden überwiegend Checkboxen angeklickt. Die Fragen wurden nicht zu komplex formuliert, der Fragestil war mündlichen Fragen nachempfunden, um die Atmosphäre aufzulockern. Der Fragebogen ist wie folgt aufgebaut:

Nach einer allgemeinen Frage zu musikalischen Vorlieben (1)<sup>70</sup> geht es um die persönliche Einstellung zu Schlagern (2) und die Charakterisierung des prototypischen Schlagers (3) mithilfe von Schieberegler. Dabei geben die Teilnehmer/innen ihr Bauchgefühl wieder, z. B. zur Komplexität von Schlagertexten, aber auch durch abstraktere Assoziationen („Mineral-

---

<sup>67</sup> Laut Statistischem Bundesamt (Stand 2011) verfügen 92 % der 16- bis 24-Jährigen zu Haus über einen Internetzugang, während in der Gruppe der über 65-Jährigen weniger als ein Drittel (29 %) Zugang zu Onlineangeboten hat. Vgl. CZAJKA/JECHOVÁ 2012:417.

<sup>68</sup> Vgl. S. XV im Anhang. Dort werden die Teilnehmer/innen nach Altersgruppen aufgeführt und Korrelationen zu Migrant/innen und zu der Gesamtbevölkerung hergestellt.

<sup>69</sup> Der Hinweis „Pflichtfrage“ im Anhang wird im Onlinefragebogen nicht angezeigt, er dient nur der Illustration.

<sup>70</sup> Arabische Zahlen in Klammern geben hier die Fragennummer an.

wasser“ oder „viel Alkohol“). Zum Ende dieses ersten Teils fasst der/die Teilnehmer/in in einem Wort oder einem Satz zusammen, welche Bedeutung Schlager generell für ihn/sie haben (4). Durch diese ersten Fragen wird bereits deutlich, ob der/die Befragte eine positive oder negative Grundeinstellung gegenüber Schlagern hat. Außerdem werden Charakteristika von Schlagern zusammengetragen.

Im folgenden Abschnitt werden verschiedene Musiktitel dem Schlagergenre zugeordnet und qualitativ (mit Schulnoten) bewertet bzw. als *nicht-schlagerartig* klassifiziert. Dabei wurde Wert darauf gelegt, möglichst ein breites musikalisches und zeitliches Spektrum abzudecken. Dennoch bleibt selbstverständlich die Auswahl immer subjektiv, zu umfangreich ist die Menge an Schlagern, die in den letzten 100 Jahren produziert wurden (vgl. dazu Frage 5 und 7). Die Fragen 6, 8, 10 und 14 zeigen stichprobenartig, über welches Schlagerwissen der oder die Befragte verfügt. Mit ihrer quizartigen Form lockern sie die Struktur des Fragebogens auf und motivieren zum Weitermachen. In den Fragen 11 und 13 werden die zu den in 5 und 7 abgefragten Titeln gehörenden Schlagersänger/innen aufgeführt, um einen Eindruck darüber zu bekommen, inwiefern die Verknüpfung von Titel und Interpret/in als Teil ein und desselben *Markenartikels* – auch Jahrzehnte nach der Veröffentlichung noch – funktioniert. In Frage 9 werden schließlich verschiedene Titel und Sänger/innen aus deutscher Produktion genannt, z. B. *It's my life* von Dr. Alban, *Hier kommt Alex* (Die Toten Hosen), aber eben auch *Weißer Rosen aus Athen* (Nana Mouskouri). Die persönliche Bewertung der Qualität der Titel spielt an dieser Stelle keine Rolle, es geht allein um die Einteilung in Schlager oder Nicht-Schlager. Daraus können in Korrelation mit den Ergebnissen aus Frage 3 Kriterien abgeleitet werden, was heute (noch) als Schlager gilt. Die Option „Kenne ich nicht“ steht jeweils zur Verfügung, um das Ergebnis nicht zu verfälschen.

Mehrfach wird der/die Teilnehmer/in gebeten, eine Beurteilung nach dem eigenen Musikgeschmack abzugeben, entweder bezogen auf Titel (5, 7, 12) oder auf Sänger/innen (13, 15). Die Bewertung mit Schulnoten zeigt an, wie beliebt einzelne Interpreten/innen sind; sie hilft aber auch, zu testen, ob es sich bei dem/der Befragten wirklich um eine/n generelle/n Schlagerliebhaber/in oder „-hasser/in“ handelt, wie zu Beginn der Befragung angegeben.

Frage 16 funktioniert wie die Fragen 6, 8, 10 und 14 nach dem Quizprinzip, ergänzt durch eine Einordnung in die Epoche, aus der der Schlager stammt. Diese Einordnung dient der Überprüfung, ob der Schlager bereits als zeitlos (*Evergreen*) gilt oder noch mit seiner Entstehungs- und Vermarktungszeit verknüpft wird.

Frage 17 ist dazu gedacht, den Begriff des Chansons vom Schlager abzugrenzen (vgl. S. 5). Hier wird der/die Befragte mit der Bitte um Nennung dreier Stichwörter zur freien Assoziation aufgerufen.

Die weiteren ungestützten Fragen 18 bis 21 ermöglichen es, im Rahmen der Auswertung eine Beliebtheitsskala der Interpreten/-innen sowie ihrer Titel aufzustellen, man könnte auch sagen, es zeigt sich die persönliche Hitparade der Befragten, einmal im negativen, einmal im positiven Sinne. Ergibt sich daraus ein recht homogenes Bild, könnte man ableiten, welche Schlager heute noch relevant sind. Ein heterogenes Bild mit vielen älteren Titeln deutet hingegen darauf hin, dass aktuelle Schlagerproduktionen mit ihrer Marketingmaschinerie bei dem Großteil der Befragten nicht ankommen. Interessant wird darum auch sein, aus welchem Jahrzehnt die meisten Schlager stammen, d. h., welches Jahrzehnt ggf. die meisten *Evergreens* hervorgebracht hat bzw. ob die aktuellen Schlager Relevanz haben.

In Frage 22 wird mit Roy Black ein erfolgreicher Schlagersänger des 20. Jahrhunderts (vor allem in den 1960er-Jahren)<sup>71</sup> ins Zentrum gestellt. Der/die Teilnehmer/in wählt zunächst drei Titel aus, die seiner/ihrer Meinung nach *nicht* von diesem Interpreten gesungen wurden. Die Möglichkeit des Überspringens oder die Angabe „Ich weiß es nicht“ wurden bewusst weggelassen, da hier die Intuition abgefragt werden soll. Entsprechend muss in Frage 23 ausgewählt werden, worauf sich die Antwort begründet, entweder auf Wissen oder auf Gefühl.

Die Fragen im letzten Teil dienen der Erhebung soziodemografischer Angaben, um die übrigen Antworten mit den persönlichen Rahmenbedingungen der Befragten abzustimmen. Dieser Komplex ist insofern besonders wichtig, als es zu widerlegen gilt, dass nur bildungsferne und einkommensschwache Menschen Schlager für sich beanspruchen. Die Fragen 32 bis 34 geben schließlich einen Einblick in den Zusammenhang zwischen Urlaub und Feiern, um dem Phänomen des *Partyschlagers* ein wenig näherzukommen.

### 2.3.3 Auswertung

Dadurch, dass bei der Umfrage keinerlei Vorauswahl getroffen wurde, gibt es gegenüber der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik mehr oder weniger starke Abweichungen. Werte für die Gesamtbevölkerung werden jeweils in eckigen Klammern angegeben.<sup>72</sup>

Der durchschnittliche Teilnehmer ist eine Teilnehmerin (66% [51%] ♀; 34% [49%] ♂). Sie ist 34 [43] Jahre alt<sup>73</sup> (größte Gruppe: 33% [6%] im Bereich 26–30 Jahre), vorwiegend heterosexuell<sup>74</sup> und überdurchschnittlich gebildet (Abitur: 73% [27%]; Akademiker: 53% [8%]). Sie verdient nicht mehr als 2.000 Euro im Monat, verbringt ihren Sommerurlaub vor-

<sup>71</sup> Vgl. den zweiseitigen Exkurs über Roy Black im Band *Melodien für Millionen* (hg. 2008 von Hans Walter HÜTTER): „Bis 1974 verkauft Roy Black über zehn Millionen Singles und 1,5 Millionen Langspielplatten.“ (50).

<sup>72</sup> In der Regel wurde dabei auf Daten des Statistischen Bundesamtes zurückgegriffen, Referenzjahr 2009 oder 2010. Alle Quellenangaben finden sich im Anhang in der tabellarischen Auswertung der Umfrage.

<sup>73</sup> Alle angegebenen Werte sind Durchschnittswerte über die Teilnehmer/innen zur jeweiligen Frage. Da nicht alle Fragen von allen Teilnehmern/innen beantwortet werden mussten, schwankt die Basis von Frage zu Frage. Darum ist in der tabellarischen Übersicht im Anhang jeweils detailliert angegeben, wie sich die Zahlen zusammensetzen. Aus Platz- und Übersichtlichkeitsgründen wird hier i. d. R. darauf verzichtet.

<sup>74</sup> Heterosexuelle Frauen: 77/79. Bisexuelle Frauen: 2/79. Heterosexuelle Männer: 32/41. Homosexuelle Männer: 8/41. Bisexuelle Männer: 1/41.

wiegend an der deutschen Küste, in Italien oder Frankreich und legt dort Wert auf ihre Ruhe und Sehenswürdigkeiten. In den Winterurlaub fährt sie selten, aber wenn, dann nach Österreich. Dort trinkt sie auch mal mehr als im Alltag (50%), vor allem trinkt sie aber gern ein Gläschen, wenn sie am Wochenende ausgeht (72%), damit tanzt es sich besser (48%).

Ihre drei Lieblingsmusikrichtungen sind Pop (Charts; 67%), Rock (62%) und Deutschrock (32%). Schlager mag sie eher weniger (23% mögen Schlager, 47% hören ihn möglichst nie), Volksmusik schon gar nicht (3% dafür). Aber beim Feiern mit Freunden (41%) und der Familie (32%) ist der Schlager präsent.

Generell, so findet sie, sind Schlager eher etwas für Oma und Opa (5,3)<sup>75</sup> und Teil der Vergangenheit (2,7). Es handelt sich bei ihnen um leichte Kost (5,9). Mit ihren einfachen Texten (6,3) auf Deutsch (1,9) mit dem Anspruch eines Einkaufszettels (2,4) versteht sie sie vornehmlich als Wegwerfprodukt (5,0), nicht als Kunst. Schlager sind etwas für die Masse (2,2), aber eher für Landbewohner (2,6). Tendenziell sind Schlager besser mit Alkohol zu ertragen als mit Wasser (4,8), aber normalerweise sind sie ohnehin aus ihrem Leben verbannt (5,2).

Die Verbindung zwischen Feiern/Alkohol und Schlagern ziehen Angehörige aller Altersklassen. Die krasseren Äußerungen zum Schlager stammen allerdings von den unter 30-Jährigen (*U 30*): „nur im betrunkenen Zustand auszuhalten“<sup>76</sup>, „viele betrunkene Leute in ner dreckigen Disko, die Schlager nicht mögen, aber alle können den Text“, „Ballermann“, „Vollrausch, Kirmes, Dorffest“. Viele Nennungen zeigen die Ablehnung, die die Teilnehmer/innen gegen den Schlager hegen: „kotzreitz [sic]“, „Mist“, „niveaulos“, „peinlich“, „Schrott“, „schlechter Geschmack auf allen Ebenen“. Auch Verbindungen zu einer vermeintlich älteren, kleinbürgerlichen Hörerschaft werden gezogen, wiederum von der Gruppe *U 30* („musikalische Untermalung zur Schrankwand Typ ‚Eiche rustikal‘“ oder „Oma, guckt öffentlich-rechtliches“). Andere Äußerungen spiegeln die Ambivalenz wider, mit der einige Schlagern begegnet: „Notwendiges Übel bei Après-Ski etc., aber manchmal ein guter Stimmungsmacher“ oder auch „unentbehrlicher Schund“. Folgender Vergleich fasst diese Haltung sehr anschaulich zusammen: „Schlager ist wie Fürst-Pückler-Eiscreme, eigentlich unerträglich, aber von der Karte nicht wegzudenken. [...]“. Doch nicht alle Angaben sind negativ, im Gegenteil. „Gute Laune“, „Stimmung“, „Fröhlichkeit“ und „Spaß“ werden in verschiedenen Zusammenhängen oder auch isoliert genannt. „Nostalgie“ und „Erinnerung“/-en ergänzen das Bild.

Bei der Bewertung einzelner Titel erreicht kein Musikstück eine bessere Schulnote als 2,5. *Auf der Reeperbahn nachts um halb eins* ist der Spitzenreiter, auch unter den Titeln, die die Teilnehmer/innen „besonders ins Herz geschlossen haben“, ist er zweimal vertreten. Möglich-

---

<sup>75</sup> Frage 3 im Fragebogen wird durch die Justierung von Schieberegler beantwortet, wobei 1 den linken Pol bezeichnet, 3 die Mitte und 7 den rechten Pol. Je nachdem, auf welcher Seite die meisten Nennungen stehen, ist der ausschlaggebende Wert also eher nahe an der 1 oder nahe an der 7. Ein Wert in Klammern unter 3 bedeutet, dass die angegebene Antwort links steht, ein Wert über 3 rechts.

<sup>76</sup> Zitate in diesem Absatz stammen allesamt aus Frage 4. Wenn nicht anders angegeben, wurde die Original-Orthografie nicht angetastet.

erweise hängt es damit zusammen, dass viele der zur Umfrage Eingeladenen einen norddeutschen Hintergrund haben. Interessanterweise werden gerade die Titel vor 1945 entweder positiv bewertet oder als Nicht-Schlager eingeordnet: *Lili Marleen* (1939) ist für 43/120 Personen kein Schlager, *Ich wollt', ich wär' ein Huhn* (1936) für 41/120, also jeweils ein Drittel. Ersteres Lied erreicht eine 2,7 und das zweitgenannte eine 3,6. *Ich wollt', ich wär' ein Huhn* erhält damit keine Traumnote, aber im Vergleich zu *Sie liebt den DJ* (4,1), *Ein Stern, der deinen Namen trägt* (4,1) oder *Anton aus Tirol* (4,4), allesamt ausgesprochen erfolgreiche Titel, gilt es unter den Befragten noch als akzeptabel. Letztgenannte wurden auch von relativ wenigen Teilnehmer/innen als „kein Schlager“ eingestuft (7 x; 7 x; 11 x). Das ist insbesondere insofern interessant, als MENDÍVIL von einem „Bruch nach 1945“<sup>77</sup> in dem Sinne spricht, als vor dem Krieg jedes erfolgreiche Stück als Schlager galt und heute nur noch bestimmte Titel dazu zählen. Aus heutiger Sicht stellt sich das genau umgekehrt dar: Offenbar gilt es nun als Qualitätsmerkmal, *kein* Schlager zu sein, die genannten Titel haben einen gewissen Ikonencharakter für ihre Zeit, sie sind dem Kommerziellen enthoben. Analog dazu zählen auch die Comedian Harmonists und Hans Albers für jeweils ein Viertel nicht mehr zu den Schlagersängern. Leider geben viele an, die übrigen Lieder vor 1945 nicht zu kennen (z. B. ist *Nur nicht aus Liebe weinen* von 1939 gar 96/120 Teilnehmer/innen unbekannt). Diese These verdiente es, im Rahmen einer weiteren Umfrage verifiziert zu werden. Im Übrigen werden fast alle Sängerinnen und Sänger schlechter beurteilt als ihre Songs, was für eine Verselbstständigung mancher *Evergreens* spricht: Seitdem sie nicht mehr aktiv vermarktet werden, wirken die Songs für sich, werden aus Konsumgütern Kulturgüter<sup>78</sup>, indem sie Teil der Tradition werden (vgl. 2.1.2). Das Image der Interpreten und Interpretinnen spielt dann nur noch eine Rolle, wenn diese aktiv in Erscheinung treten.

Auffällig ist weiterhin, dass *Waterloo* von ABBA – 97% der Teilnehmer kennen es – unterschiedlich eingeordnet wird, je nachdem, ob nach der englischen Originalversion, also dem Gewinner des Grand Prix 1974, oder nach der deutschen Fassung gefragt wird: Für 70% (78/111) ist *Waterloo* auf Englisch *kein* Schlager. Die deutsche Version ist für jeweils etwas mehr als ein Drittel ein Schlager (43/111) oder kein Schlager (40/111), 28% geben an, die Fassung nicht zu kennen. Dabei unterscheiden sich beide Versionen nur im Wortlaut, Interpreten, Melodie und Arrangement sind exakt identisch. Mit MENDÍVIL kann man es wie folgt deuten: „Meine Analyse des Schlagerrepertoires zeigt [...], dass alles Schlager sein kann, dass sogar das gleiche Stück, abhängig von der Interpretation und von der Performance, das eine Mal dazu gezählt werden kann und das andere Mal nicht.“<sup>79</sup> Für die übrigen Titel aus Frage 9 („Welche dieser Lieder sind für Sie ganz klar Schlager“) ergibt sich das erwartbare Bild: Die

<sup>77</sup> MENDÍVIL 2008:346. Vgl. ferner Kap. 2.1.2 dieser Arbeit.

<sup>78</sup> Vgl. ebd.:349.

<sup>79</sup> Ebd.:351.

Schlager der 1960er und 1970er gelten als Prototypen (*Griechischer Wein* von 1973 ist für 105/111 oder 95% ein Schlager). Gleich Werte gelten für *Marmor, Stein und Eisen bricht* von 1965. Englische Texte gelten als *schlagerfremd*. Die Titel der Neuen Deutschen Welle (NDW) werden ambivalent beurteilt, wobei „kein Schlager“ überwiegt (Schlager/kein Schlager/unbekannt): *Der Goldene Reiter* (Joachim Witt, 1981): 32/58/21, ist also für die Hälfte „kein Schlager“; noch deutlicher wird dies bei *Neunundneunzig Luftballons* (Nena, 1983): 37/73/1. Durch den Durchbruch des sogenannten *Deutschrocks* und *Deutschpops* in den 1980er-Jahren ist diese Einordnung leicht zu erklären: Es sind zusätzliche Kategorien hinzugekommen, die es ermöglichen, feiner zu differenzieren. Die NDW war offenbar zu unangepasst, um durchweg als Schlager zu gelten.

Die Beantwortung der *Quizfragen*, vor allem zu Unterhaltungszwecken eingefügt, fiel durchwachsen aus: Nahezu 100% aller Teilnehmer/innen wissen bspw., dass „draußen am Balkon mein kleiner grüner Kaktus steht“. Allerdings geht ein Viertel davon aus, der Titel stamme aus der DDR-Zeit, während nur 61% das ihnen bekannte Stück richtig in die Zeit der 1930er-Jahre einordnen. Eventuell ist hier die Verbindung zu den Comedian Harmonists bereits nicht mehr allen präsent. Der Partyhit *Cowboy und Indianer* ist immerhin 93% (111/120) insofern bekannt, als sie richtig ergänzen können: „Komm, hol das...“ → „... Lasso raus, wir spielen Cowboy und Indianer“, während das Austauschen einer Zahl durch eine andere (statt „tausendmal belogen“ steht in Frage 6 „siebenmal belogen“) nur 60% (72/120) keine Probleme bereitete. Die Identifizierung von Schlagern, die nicht von Roy Black gesungen wurden, gelang ungefähr zwei Dritteln, wobei die Hälfte geraten hat. Das Bauchgefühl funktionierte also.

Chansons sind laut Frage 17 für mehr als die Hälfte mit Frankreich verknüpft (46/111 „französisch“ zzgl. 14/111 „Frankreich“), was nicht verwundert, ist *chanson* doch die Übersetzung von *Lied*. Weiterhin scheint ein Chanson aber so etwas wie der niveauevolle Bruder des Schlagers zu sein und gilt als „anspruchsvoll“, „gefühlvoll“ und von „höhere[r] Qualität“. „Melodisch“, „melancholisch“ und „romantisch“ bzw. „Liebe“ (7/111) werden zudem genannt.<sup>80</sup>

In Bezug auf Favoriten und verhasste Titel und Interpret/innen herrscht eine größere Einigkeit in Sachen Ablehnung: Mit *Ein Stern, der deinen Namen trägt* (11/66) und *Anton aus Tirol* (5/66) ist DJ Ötzi gleich zweimal unter den Antifavoriten vertreten, im zweiten Falle gleichauf mit Marianne Rosenbergs *Er gehört zu mir*. Für 8/69 ist DJ Ötzi auch der Schlagerstar, der am wenigsten gemocht wird. Vor ihm sind nur Heino und Michael Wendler (jeweils 14/69), auf Platz 3 Mickie Krause (7/69). Favoriten sind *Tausendmal berührt* (Klaus Lage, 5/67), *Ohne dich* (Münchener Freiheit, 4/67) und *Über den Wolken* (Reinhard Mey, 3/67), wobei hier, wie angesprochen, ein recht heterogenes Bild vorliegt. Der beliebteste Star ist Helene Fischer (5/46), gefolgt von Wolfgang Petry (4/46).

---

<sup>80</sup> Diese Attribute entsprechend ziemlich denjenigen, die MORITZ (2008:115) nennt. Vgl. S. 5 dieser Arbeit.

Es hat sich gezeigt, dass für viele Jüngere Schlager nicht mehr zum Alltag zählen, zum Feiern gehören sie aber oft dazu. Die Verbindung zum Alkohol („Ballermann“, „Dorffest“) wird klar gezogen. Auch sind viele alte Schlager noch präsent, sie werden aber generell eher mit dem Landleben verknüpft. Auch hat der Schlager klar einen deutschen Text. Als Schlager gelten vor allem Songs von den 1950er-Jahren bis in die 1970er-Jahre, danach zeigt sich eine größere Ausdifferenzierung der Musikgenres.

### 3. Epochen und ihre Schlager – Schlager und ihre Epochen?

Schlager sind Produkte ihrer Zeit. Sie nehmen internationale Strömungen auf, der technische Fortschritt verändert ihre Entstehung und ihren Klang – und auch das, was thematisch möglich ist, hängt davon ab, was die Hörer/innen bereit sind, zu konsumieren. Dabei spiegeln sie aber „historische und gesellschaftliche Entwicklungen nicht unmittelbar wider; sie bieten auch Zerr- und Vexierbilder [...].“<sup>81</sup> *Nicole* bietet hier ein anschauliches Beispiel. Wie in Unterkapitel 3.7 zu zeigen sein wird, nimmt ihr Titel *Ein bißchen Frieden*<sup>82</sup> den Zeitgeist insofern auf, als die Friedensbewegung immer stärker wurde und der Kalte Krieg in eine heiße Phase überzugehen drohte. Das Gefühl der Bedrohung, die Sehnsucht nach einer friedlicheren Welt spiegelt der Schlager wider. Konkrete Forderungen oder gar Analysen liefert er nicht. Das ist auch nicht die Aufgabe von Schlagern: „Der Schlager läßt sich vom Zeitgeist zwar gelegentlich betätscheln, aber er repräsentiert ihn weder ausschließlich noch erschöpfend [...]. Merke: Zeitgeist ist nicht gleichbedeutend mit Mehrheitsmeinung!“<sup>83</sup>

Erfolgreiche Schlager zeigen, was viele bewegt. Ob sie selbst Menschen bewegen, deren Handeln bestimmen oder zumindest zum Denken anregen, mag bezweifelt werden. Zu unbewusst sind oft die Verwendungszusammenhänge, kaum jemand hört konzentriert auf einen Schlagertext und denkt darüber nach. Kapitel 2.3 hat gezeigt, dass es beim Schlager um Zerstreuung, Spaß, Party, vielleicht Nostalgie geht. Und auch wenn der Zeitgeist nicht immer eins zu eins abzuleiten ist, so gibt es doch prototypische Schlager, die verstehen helfen, wie die Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit funktionierte – indem man Text und Melodie betrachtet, aber auch, indem man sich ansieht, wer Schlager ablehnte.

Der Großteil des dritten Kapitels behandelt die Entwicklung der Schlager des Deutschen Reiches (ab 1918) bzw. diejenige der Bundesrepublik Deutschland (ab 1949). Zur DDR findet sich unter Punkt 3.5 ein gesonderter Bereich. Österreich und die Schweiz werden ausgespart.

---

<sup>81</sup> MORITZ 2001:206.

<sup>82</sup> Vgl. HÜTTER 2008:8: „Obwohl ‚Ein bißchen Frieden‘ keinerlei konkrete politische Aussagen trifft, spricht der Titel in einer Atmosphäre weitverbreiteter Furcht vor einem Nuklearkrieg vielen Menschen aus der Seele. Auch international erzielt er große Erfolge.“

<sup>83</sup> PFARR 1997:18.

Zwar handelt es sich bei ihnen um deutschsprachige Länder, jedoch blicken sie auf ganz eigene Entwicklungen zurück. Eine Betrachtung des gesamten deutschsprachigen Raums würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen.<sup>84</sup>

### 3.1 Weimarer Republik

Die 1920er- und die 1930er-Jahre „bildeten eine Blütezeit des Schlagers. Die fortschreitende Kommerzialisierung führte zu Produktionen, die mit Witz und Charme Frivolität und Lebenslust ausstrahlten.“<sup>85</sup> Wie bereits in Unterkapitel 2.1.2 beschrieben, wiesen die Schlagerverkaufszahlen in den 1920er und 1930er dank der Verbreitung des Mediums Radio hohe Wachstumsraten auf. Was als *Goldene Zwanziger* in die Geschichte einging, waren in Wahrheit sehr turbulente Zeiten: Monarchisten gegen Kommunisten gegen Nationalsozialisten – die Politik changierte zwischen Liberalität und Gewaltherrschaft. Vor allem die Jahre nach der Hyperinflation (1921–23) bis zum Ende des Jahrzehnts zählen als goldene Jahre, während des „Scheinaufschwung[es; SM] durch ausländische Anleihen in der Zeit von 1925–29“.<sup>86</sup> Durch Reparationszahlungen nach dem Ersten Weltkrieg und politische Turbulenzen – so war etwa „die Ermordung Rathenaus, Außenminister der Weimarer Republik, [nur drei Jahre nach Ausrufung der Republik Ende 1918; SM] [...] der 376ste politische Mord seit Bestehen der Republik“<sup>87</sup>(!) – war die Armut sehr groß. „Die heiteren und albernen Texte der populären Lieder entsprechen der Suche vieler Menschen nach Ablenkung und Unterhaltung.“<sup>88</sup> In der direkten Nachkriegszeit werden Vorkriegsoperetten aufgeführt, doch schon bald suchte „[d]er deutsche Schlager [...] Anschluß an die Wirklichkeit, wurde realitätsbewußter. Die dem Expressionismus folgende ‚neue Sachlichkeit‘ veränderte auch ihn.“<sup>89</sup>

Die neuen Stars der Unterhaltungsmusik bestaunt man jetzt im Kino: Der Tonfilm setzt sich Ende der 1920er-Jahre durch und bietet eine neue Plattform für massenwirksame Schlagerreklame. „Zusätzlich gewinnt nun die Attraktivität der neuen Stars, die in den Filmen singen, an Bedeutung. [...] Der Starkult nimmt seinen Anfang.“<sup>90</sup> Zum einen dreht die deutsche Filmwirtschaft, allen voran die 1917 gegründete Universum-Film AG (UFA)<sup>91</sup>, auf Hochtouren. Zum anderen kommen massenhaft Filme aus den USA, dem neuen Vorbild, was

<sup>84</sup> Die Unterteilung der Zeitabschnitte orientiert sich an PFARR (1997:9f): „Ein am Dezimalsystem ausgerichtetes Geschichtsmodell (‚die 50er Jahre‘, ‚die Sixties‘) suggeriert abrundende Geschlossenheit, wo sie faktisch nicht gegeben ist (zwei Beispiele: musikalisch enden die 50er Jahre erst 1963 mit dem weltweiten Erfolg der BEATLES; soziokulturell beginnen die 70er bereits gleich nach 1968).“

<sup>85</sup> MORITZ 2001:206.

<sup>86</sup> SPERR 1978:87.

<sup>87</sup> A.a.O.

<sup>88</sup> HÜTTER 2008:6.

<sup>89</sup> SPERR 1978:88.

<sup>90</sup> SOWADE 2008:26.

<sup>91</sup> Vgl. <http://www.ufa.de/company/historie/>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

Technik angeht, aber eben auch im Bereich des Entertainment: der Jazz kommt nach Deutschland und beeinflusst den Schlager. Von den einen vehement abgelehnt und bekämpft, z. B. vom mächtigen Verleger Alfred Hugenberg<sup>92</sup>, nehmen die Deutschen in den Tanzlokalen die neuen Rhythmen begeistert auf.

Die Hymne der Inflationszeit wird allerdings ein ganz traditionell arrangiertes Stück mit Blasorchesterbegleitung: In *Wir versaufen unsrer Oma ihr klein Häuschen*<sup>93</sup>, 1922 für den Kölner Karneval verfasst, wird in wenigen Zeilen auf den Punkt gebracht, was viele denken: Es bringt alles nichts, das Geld ist minütlich weniger wert, also muss man es schnell ausgeben. Folgerichtig heißt es weiter: „... und die erste und die zweite Hypothek“<sup>94</sup>.

Dank dem Komponisten Franz Lehár und dem Opernsänger Richard Tauber blüht auch die Operette wieder ein wenig auf: 1925 wird *Paganini* uraufgeführt, 1927 *Der Zarewitsch*, 1928 *Das Land des Lächelns* usw. Richard Tauber wird zum Zugpferd für Lehárs Operetten, deren Texte ausnahmslos von jüdischen Textdichtern stammen.<sup>95</sup> „Der Deutsche will die Juden nicht / Und nennt sie Hunde und Säue. / Doch ihre Lieder singt er gern – Das nennt man germanische Treue.“<sup>96</sup> So schrieb es der berühmte Textdichter Löhner-Beda bereits 1919. Hier zeigt sich deutlich die Ambivalenz zwischen latentem, oft auch offenem, Antisemitismus in der Weimarer Republik und dem großen Erfolg jüdischer Künstler zur selben Zeit. Die jüdischen Komponisten, Texter und Arrangeure waren nicht beliebt, ihre Werke dafür umso mehr. Dies sollte sich nach dem Willen der neuen Machthaber ab 1933 ändern.

Als Ende der 1920er-Jahre die Operetten immer beliebiger werden, kommt es zu einer kleinen Revolution auf den Berliner Bühnen: Die *Dreigroschenoper* wird 1928 uraufgeführt. „Weill/Brecht waren auf alles mögliche, selbst auf Prügel vorbereitet gewesen, nur nicht auf solchen Beifall.“<sup>97</sup> Statt der (vergangenen) heilen Welt stehen in der *Dreigroschenoper* „Bettler, Dirnen, Penner[, z]erlumpte Hinterhof-Existenzen“<sup>98</sup> auf der Bühne. Das Lied von *Mackie Messer* wird ein weltweiter Erfolg.

---

<sup>92</sup> Vgl. SPERR 1978:90.

<sup>93</sup> (Robert Steidl). Textauszüge samt Noten finden sich unter [http://www.lieder-archiv.de/lieder/show\\_song.php?ix=600552](http://www.lieder-archiv.de/lieder/show_song.php?ix=600552). Link kontrolliert: 30.08.2012. Der komplette Text ist abgedruckt in SPERR 1978:112.

<sup>94</sup> A. a. O. Vgl. auch SPERR 1978:94.

<sup>95</sup> Vgl. SCHWARBERG 2000:40f. bzw. [http://www.austria-lexikon.at/af/AEIOU/Leh%C3%A1r\\_Franz](http://www.austria-lexikon.at/af/AEIOU/Leh%C3%A1r_Franz). Link kontrolliert: 30.08.2012: Franz Lehár selbst hatte keine jüdischen Wurzeln, man warf ihm nach 1933 jedoch vor, so oft mit Juden zusammengearbeitet zu haben. Ihn rettete ein großer Fan: Adolf Hitler. Nach §7 der Ersten Verordnung zum Reichsbürgergesetz von 1935 (vgl. <http://www.verfassungen.de/de/de33-45/reichsbuerger35-v1.htm>). Link kontrolliert: 30.08.2012) konnte der „Führer und Reichskanzler“ Befreiungen erteilen.

<sup>96</sup> Aus dem Gedicht Fritz Löhner-Bedas *Heine im Grabe spricht...* aus dem Jahre 1919, verfasst als Reaktion auf den Streit um ein Heine-Denkmal, das in Hamburg aufgrund der jüdischen Herkunft Heinrich Heines nicht aufgestellt werden durfte, zit. nach SCHWARBERG 2000:36. Dort steht statt „Lieder“ allerdings „Liedee“.

<sup>97</sup> SPERR 1978:101.

<sup>98</sup> A. a. O.

Brecht und Weill hatten etwas Neues, Ungeschminktes auf die Bühne gebracht, das sorgte für Aufsehen. Ansonsten war die Zeit der Operette in den ausgehenden 1920er-Jahren passé. In dem Schlager *Ich hab zu Haus ein Grammophon* von 1925 heißt es entsprechend: „[...] ‚Was brauch ich‘, so ruft er aus, / ‚Opernhaus, Richard Strauß, / am Juchee vier Stunden steh’n, / auch zu Haus ist’s schön!’ // Ich hab zu Haus ein Grammophon, / das macht so schön Trara, Trara [...]“<sup>99</sup>.

Besonders in den großen Städten blühen Tanzcafés und Nachtclubs. Dort fallen auf der Bühne die Hüllen und die Texte längst nicht mehr so züchtig aus wie zur Kaiserzeit. So heißt es im meistverkauften Schlager des Jahres 1925, begleitet vom modernen Foxtrott-Stil: „Ich hab das Fräul’n Helen / baden sehen / das war schön. // Da kann man Waden sehn / rund und schön / im Wasser stehn! / Und wenn sie ungeschickt / tief sich bückt – so / da sieht man ganz genau / bei der Frau – oh!“<sup>100</sup>

Es geht frivol zu auf den Sälen der deutschen Großstädte – da genießen auch während der Kaiserzeit verfolgte Gruppen die liberale Stimmung: „Das *Lila Lied* war der musikalische Ausdruck einer neuen Identität, eines neuen Selbstverständnisses der Homosexuellen“<sup>101</sup>. Das Lied war ausgesprochen erfolgreich.

Während der Weltwirtschaftskrise ab 1929 ist die Feier zu Ende. Zur ohnehin großen Armut kommen Millionen Arbeitslose hinzu, bis zu sechs Millionen werden es. „Musikcafés und Tanzlokale geraten in Existenznot, etwa 12.000 Musiker werden arbeitslos.“<sup>102</sup>

Es war nur eine kurze Zeit, doch eine sehr kreative und produktive. Einige Lieder der Epoche werden auch nach fast 90 Jahren noch gespielt. Manch ein Stück der Comedian Harmonists ist bekannter als so mancher Schlager aus den 1970ern, das hat die Umfrage (vgl. 2.3.3) gezeigt. Dank dem Film *Comedian Harmonists*<sup>103</sup> ist die Geschichte hinter der Gruppe einem großen Publikum bekannt geworden. Durch Max Raabe mit seinem Palastorchester (vgl. 3.9) und ähnlichen Künstlern werden ihre Stücke weiter aufgeführt. Ihr erster und bis heute vielleicht bekanntester Hit war *Veronika, der Lenz ist da*, mit dem sie 1930 ihr Publikum begeisterten. Mit den Nürnberger Rassegesetzen kam 1935 das Verbot, da nur drei der sechs Mitglieder als „Arier“ galten.<sup>104</sup>

---

<sup>99</sup> Nach ebd.:119.

<sup>100</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:297f.

<sup>101</sup> RABER 2010:22. Siehe hierzu STEINKE (2005:60): „Die Fassung des § 175 StGB, die in der Bundesrepublik bis 1969 fort galt, ging zurück auf das Jahr 1935. [...] Die Nationalsozialisten setzten für den seit 1871 geltenden § 175 StGB (‚Widernatürliche Unzucht‘) die Höchststrafe von sechs Monaten auf fünf Jahre Gefängnis herauf.“

<sup>102</sup> SOWADE 2008:27.

<sup>103</sup> Deutschland 1997. Regie: Joseph Vilsmayer. Bavaria Film. Vgl. <http://www.imdb.de/title/tt0128133/>. Link kontrolliert: 28.08.2012.

<sup>104</sup> Vgl. GRABOWSKY/LÜCKE 2008:283f.

### 3.2 Schlager im *Dritten Reich*

Seit Hitlers Machtergreifung wird in Deutschland die totale ‚Entjudung‘ der Musik praktiziert. [...] Das künstlerische Ziel des neuen Deutschland schildert Goebbels so: ‚Die deutsche Kunst der nächsten Jahrzehnte wird heroisch, wird stählern-romantisch, wird sentimentalitätslos-sachlich, wird national mit großem Pathos, sie wird gemeinsam verpflichtend und bindend sein oder – sie wird nicht sein.‘<sup>105</sup>

Den großen Erfolg jüdischer Komponisten, Texter und Interpreten erklärt sich das SS-Organ *Der schwarze Korps* wie folgt: Richard ‚Tauber, Josephine Baker und Joseph Schmidt und wie diese Juden [...] alle heißen mögen, wie eifrig fördert man diesen jüdischen Schmus! [...] Das Publikum verlangt diese Schlager nicht, sie werden ihm mit hohem Propagandaaufwand an den Kopf geworfen.‘<sup>106</sup> Ein Kahlschlag beginnt in der Musikszene im Deutschen Reich. Jüdische Künstler werden mit Berufsverboten belegt, bedroht, verschleppt, ermordet. Wer die Gefahr rechtzeitig erkennt und ins Ausland fliehen kann<sup>107</sup>, ist für die Hörer in Deutschland ebenfalls nicht mehr erreichbar. Nicht-jüdische Künstlerinnen und Künstler setzen sich ebenfalls ab, entweder, weil sie aus anderen Gründen diskriminiert und bedroht werden, oder weil sie sich nicht als Sprachrohr der Nazis missbrauchen lassen wollen, so zum Beispiel Marlene Dietrich, die den lukrativen Angeboten von Goebbels energisch widersteht.

‚Die Machthaber wollen Unterhaltungsmusik, die zur Stabilisierung des Systems beiträgt, und instrumentalisieren den Schlager als Propagandamittel.‘<sup>108</sup> Der sogenannte *Volksempfänger* trägt entscheidend zur Verbreitung des Mediums Radio und damit zum Erfolg der jeweils aktuellen Schlager bei, ‚der Bestand an Radios verdoppelt sich von 5,6 Millionen Geräten im Jahr 1933 auf 10,8 Millionen 1939.‘<sup>109</sup>

Im Jahr 1941 besingt Zarah Leander<sup>110</sup> in dem von Bruno Balz getexteten Schlager *Er heißt Waldemar* das NS-Ideal des blonden germanischen Helden mit ironischem Unterton:

Mein Ideal auf dieser Welt / Das ist für mich der kühne Held / Der große blonde Mann. / Er kommt aus einem Märchenland / Und reicht mir seine starke Hand / Die mich zerbrechen kann. // So sieht der Mann meiner Träume aus. / Sein Name ist Ralf oder Per. / Die Wirklichkeit sieht aber anders aus / Bitte, hören Sie mal her: // Er heißt Waldemar / und hat schwarzes Haar / Er ist weder stolz noch kühn / Aber ich liebe ihn. / Er heißt Waldemar und er ist kein Star. / Seine Heimat ist Berlin / Aber ich liebe ihn. [...] <sup>111</sup>

<sup>105</sup> SCHWARBERG 2000:65.

<sup>106</sup> Zitiert nach: Ebd.:66.

<sup>107</sup> Vgl. BADE/OLTMER 2005:33: Ab 1933 flüchteten 500.000 Emigranten vor den Nationalsozialisten in über 80 Staaten, darunter 280.000 Juden.

<sup>108</sup> HÜTTER 2008:6.

<sup>109</sup> SOWADE 2008:27.

<sup>110</sup> Vgl. SEILER, Paul auf: <http://www.zarahleander.de/aktuelles.html>, Link kontrolliert am 08.08.2012: ‚Zarah Leanders Leben war die Bühne und der Applaus war die Droge, die sie am Leben erhielt. Nur so lässt es sich verstehen und erklären, dass ihre Karriere stets an erster Stelle stand und dass sie dieser Karriere nicht nur vieles opferte, sondern auch ungeachtet zeitlicher Umstände die Gunst der Stunde im nationalsozialistisch regierten Deutschland nutzte, die ihr die seinerzeitige Filmmetropole Berlin bot. [...]‘ Seiler erklärt auf seiner detaillierten Website über Zarah Leander, was aus seiner Sicht gegen eine nationalsozialistische Gesinnung Leanders spricht.

<sup>111</sup> Nach <http://www.lyricstime.com/zarah-leander-er-hei-t-waldemar-lyrics.html>. Link kontrolliert: 29.07.2012.

Gerade die Anspielung auf Berlin und damit auf die Nazi-Führung, die optisch zu großen Teilen überhaupt nicht dem propagierten Bild des sogenannten „Ariers“ entspricht, ist gewagt, aber Zarah Leander ist beliebt bei Führer und Führung – und da sie als Schwedin als Inbegriff der *Arierin* durchgeht, werden ihr keine regimekritischen Gedanken unterstellt. In Nazi-Organisationen, z. B. die Reichsfilmkammer, tritt die Schwedin nie ein.

Ein Jahr später singt dieselbe Künstlerin, längst bestbezahlte Sängerin im Deutschen Reich, in dem „kommerziell erfolgreichste[n] Film des nationalsozialistischen Kinos“<sup>112</sup> *Die große Liebe*<sup>113</sup> gleich zwei Schlager, die auf den ersten Blick als seichte Liebeslieder erscheinen. Auf den zweiten Blick, und das dürfte den Kinobesuchern in den späten Kriegsjahren bereits nach den ersten Textzeilen klar geworden sein, enthalten sie Durchhalteparolen. „Bevor dieser [Film; SM] überhaupt in die Kinos kommt, sind die Titel ‚Ich weiß, es wird einmal ein Wunder gescheh’n‘ und ‚Davon geht die Welt nicht unter‘ bereits populär.“<sup>114</sup> Unabhängig von ihrer inneren Einstellung profitierte sie sehr von den Filmen, die sie unter Führung der gleichgeschalteten UFA drehte. Dies gilt nicht nur für, sondern auch für andere Künstler der Zeit wie Heinz Rühmann oder Hans Albers. Und alle singen. Der Schlagerfilm war keine Erfindung der Nachkriegsjahre – sobald der Tonfilm das Licht der Welt erblickt hatte, wurde er dazu genutzt, Musikstücke zu vermarkten.

So sehr die Nazis den Kultursektor auch kontrollierten, am größten Erfolgsschlager der Kriegsjahre waren sie nicht beteiligt – ganz im Gegenteil. Er heißt *Lili Marleen* und sein Text stammt bereits aus dem Ersten Weltkrieg (von 1915). Ein Soldat namens Hans Leip schrieb den Text als Gedicht, in Erinnerung an seine Jugendlieben Betty (genannt Lili) und Marleen.<sup>115</sup> 1935 wurde der Text vertont, doch ein Hit wurde das Stück erst 1941, „als der Soldatensender Belgrad, [...] der an allen Frontabschnitten zu empfangen war, das Lied mehrfach am Tag spielte.“<sup>116</sup> Um 22 Uhr endete das Programm des Senders, und das letzte Lied war immer *Lili Marleen*:

[A]lle Soldaten, egal aus welchem Land, egal an welcher Front, schließen die Augen, summen mit Lale [Andersen; SM] und denken an zu Hause. Daran ändert auch nichts, dass Propagandaminister Goebbels das Lied hasst wie die Pest: es ist ihm nicht kriegerisch genug, er behauptet, es habe Leichengeruch. Aber er kann den Erfolg nicht aufhalten. Schon 1941 gibt es die erste französische Version, die Engländer folgen 1944, und für die Amerikaner singt es Marlene Dietrich – auf englisch.<sup>117</sup>

---

<sup>112</sup> HOBSCHE 2008:36.

<sup>113</sup> Deutschland (UFA) 1942. Regie: Rolf Hansen. Vgl. <http://www.imdb.de/title/tt0034815>. Link kontrolliert am 01.08.2012.

<sup>114</sup> HOBSCHE 2008:37. Die Entstehung der beiden Titel war allerdings brisant: „Die Texte dieser Schlager stammen von Bruno Balz, der wegen seiner Homosexualität von den Nationalsozialisten verfolgt wird. [...] Er verdankt es seinem Komponisten, Michael Jary, dass er nicht in einem Konzentrationslager interniert wird; Jary beschwört die Machthaber, Balz freizulassen, da er dessen Texte benötige, um den von Goebbels geforderten ‚Beitrag zur Kriegsanstrengung‘ leisten zu können“ (a.a.O.).

<sup>115</sup> Vgl. GRABOWSKY/LÜCKE 2008:270f.

<sup>116</sup> Ebd.:271.

<sup>117</sup> KRUSE 2011 (in einer Ankündigung zu einem Beitrag aus der Reihe *Karambolage* auf dem Fernsehsender ARTE).

### 3.3 Nachkriegszeit und Wirtschaftswunder

„Die alten Zeiten sind vorbei‘, weg damit, sie stören nur, man muß sie vergessen.“<sup>118</sup> So lautete das Credo der unmittelbaren Nachkriegszeit in Deutschland. 1948 erscheint ein Karnevalsschlager, der noch lange gesungen werden wird. Er besingt ein exotisch anmutendes Land namens *Trizonesien*, eine scherzhafte Bezeichnung für die drei Westzonen Deutschlands:

Der Nationalsozialismus war im Mai 1945 zusammengebrochen, das Überlegenheitsgefühl dieser Zeit, das sich auch im ‚Trizonesien-Song‘ ausdrückt, war noch nicht verschwunden. [...] Das im Trizonesien-Song formulierte Gefühl von Ohnmacht, Entrechtung, Machtverlust und zugleich verletztem Stolz war weit verbreitet. Bei einer Kölner Sportveranstaltung nutzten die Besucher das Lied sogar als Ersatz für die Nationalhymne [...].<sup>119</sup>

*Vergessen* heißt das Wort der Stunde. Und die Botschaft an die Welt und an das „Häuflein Diplomaten“<sup>120</sup>, das über Deutschlands Zukunft entscheidet: Wir sind keine Menschenfresser.<sup>121</sup> Egal, was war, so schlimm sind die Deutschen gar nicht.

Der Begriff *Heimat* spielt in der Bundesrepublik der 1950er Jahre eine wichtige Rolle. Die Vertriebenen – bis zu 15 Millionen Menschen<sup>122</sup> – leben in zerbombten Städten, in *Behelfsheimen*, mit mehreren Familien in kleinen Wohnungen. Sie versuchen, sich wieder eine Existenz aufzubauen. Man blickt nach vorn, es gibt genug zu tun. Was bleibt, sind mit KRAUSHAAR die Erinnerungen an die verlorene Heimat als „Synonym für die Geborgenheit der Kindertage, für deren Leichtigkeit und Mühelosigkeit. Es ist aber auch die Klage einer ganzen Generation, der über lange Jahre ‚Papi Hitler‘ versprochen hatte, einmal die ganze Welt zu besitzen.“<sup>123</sup> Vieles wird verdrängt zur Zeit des Wiederaufbaus, die eigenen Taten, aber auch die eigenen Leiden. Im Kino träumt man bei Heimatfilmen von der heilen Welt – und im Radio singt Freddy Quinn vom *Heimweh*: „Da der Text keine konkreten Orte oder Ereignisse nannte, konnten die Hörer den Inhalt auf alles Erdenkliche beziehen. Verluste der Heimat durch Flucht, Vertreibung oder auch Kriegsgefangenschaft waren Schicksale, die der Song geschickt vereinnahmte.“<sup>124</sup> Die Menschen suchen nach „Sicherheit, Vertrautheit und Stabilität“<sup>125</sup>.

Neben dem Heimweh spielt auch das Fernweh eine große Rolle im Schlager. Ort der ersten Idyll-Projektionen ist Italien. Der bereits 1943 entstandene Schlager *Capri-Fischer* wird in den papierknappen Jahren 1945–49 eine Million Mal als Notenblatt verkauft, zwischen 1947 und 1949 verkauft sich in Deutschland keine Schallplatte so gut wie dieses Stück,

---

<sup>118</sup> HOFFMANN 1991:65.

<sup>119</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:234f.

<sup>120</sup> HOFFMANN 1991:65.

<sup>121</sup> So lautet eine Zeile im *Trizonesien-Song*.

<sup>122</sup> Vgl. KRAUSHAAR 1983:44: „Auf rund 15 Millionen schätzt man die Zahl der Menschen, die ihre alte Heimat verlassen haben.“

<sup>123</sup> Ebd.:47.

<sup>124</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:214: „Bis heute wurde ‚Heimweh‘ über acht Millionen Mal [...] verkauft und galt lange als bestverkaufte deutschsprachige Single“.

<sup>125</sup> HÜTTER 2008:7.

das von verschiedenen Interpreten aufgenommen wurde (besonders berühmt geworden ist die Version von Rudi Schuricke).<sup>126</sup>

Zugegebenermaßen waren Fernwehslager nichts Neues, bereits in den 1920er- und 1930er-Jahren hatte es zahlreiche Schlager zu dieser Thematik gegeben, aber ging es zu Zeiten der Weimarer Republik und in den frühen 1950ern vor allem um Exotik<sup>127</sup> oder das Unerreichbare, sind es im Wirtschaftswunder mehr und mehr europäische Urlaubsziele, zu denen man mit dem ersten kleinen Auto oder der Bundesbahn gelangt. „Als Reisebegleiter wurden die passenden Schlager [...] gleich mitgeliefert [...]. Natürlich ging es [...] nicht um eine reale Beschreibung der jeweiligen Städte oder Länder. Vielmehr mußten die Orte dazu herhalten, Blickfang und Phantasiepunkt vager Klischees zu sein.“<sup>128</sup> So träumt ganz Paris den ganzen Tag von der Liebe, in Griechenland gibt es vor allem viel Meer und in Italien und Spanien scheint tagsüber die Sonne und nachts so schön der Mond, der sich im Weinglas spiegelt.<sup>129</sup>

Für Glaubwürdigkeit sorgen ausländische Interpreten wie Mireille Mathieu, die für französische Städte zuständig ist (*Hinter den Kulissen von Paris, An einem Sonntag in Avignon*), oder Nana Mouskouri für Griechenland usw. Interessanterweise decken sich aber zur gleichen Zeit nicht immer die Nationalität des/der Sänger/in und das besungene Land. Schließlich besingt Mireille Mathieu die Akropolis oder Bill Ramsey das Lokal *Pigalle* in Paris.<sup>130</sup> Es kommt also nicht so sehr darauf an, woher die Interpretinnen und Interpreten stammen. Hauptsächlich geht es darum, den Schlager weltmännisch erscheinen zu lassen, so kommt der Hauch der weiten Welt in die Stuben der Wohnungen.

### 3.4 Schlager versus Beatmusik

Die Regierung der jungen Bundesrepublik legt Wert auf *Westbindung*. Die USA unterstützen ab 1948 die Europäer, vor allem die Bundesrepublik, beim Wiederaufbau, um eine „Verelendung des gesamten Kontinents“<sup>131</sup> zu vermeiden – der *Marshallplan* sorgt für Hilfsleistungen in Milliardenhöhe. Mit den Hilfspaketen kommt ein Stück amerikanische Kultur nach Deutschland: Kaugummi- und Zigarettensorten, Jeans und T-Shirt – aber auch amerikanische Musik, zunächst über die amerikanischen Soldatensender.<sup>132</sup> *Made in USA* wird chic: „Ein Großteil der deutschen Autoren ist nun vor allem damit beschäftigt, die amerikanischen

---

<sup>126</sup> Vgl. GRABOWSKY/LÜCKE 2008:243f.

<sup>127</sup> Etwa von den Comedian Harmonists die Titel *Mein lieber Schatz, bist du aus Spanien* oder *Wie wär's mit Lissabon?* bzw. 1952 Gerhard Wendlands Loblied auf Peru namens *Jambalaya*, nach dem US-amerikanischen Original mit demselben Titel.

<sup>128</sup> KRAUSHAAR 1983:89.

<sup>129</sup> Vgl. *Ganz Paris träumt von der Liebe* (1954); Caterina Valente und einige andere sangen die Coverversion des Hits *I love Paris. Weiße Rosen aus Athen* (1961) von Nana Mouskouri. Bzw.: *Ein Schiff wird kommen* (1960) von Lale Andersen nach dem griechischen Original *Ta pedia tou Pirea. Mandolinen und Mondschein* (1959) von Peter Alexander (Original: *Mandolins in the moonlight*). Dieses Muster hielt sich konstant, daher von 1971: *Eviva España*, gesungen von diversen Interpreten, u. a. von Heino, Roy Black – und mündete schließlich 2010 als *Elvira ist schwanger* im Mallorcaschlager von Peter Wackel, der zuvor bereits den Originaltext aufgenommen hatte.

<sup>130</sup> Vgl. KRAUSHAAR 1983:89.

<sup>131</sup> KIMMEL 2005. <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte-nach-1945/marshallplan/40034/einleitung>. Link kontrolliert: 05.09.2012.

<sup>132</sup> Vgl. KRAUSHAAR 1983:79.

[Musik-]Erfolge einzudeutschen.“<sup>133</sup> Besonders Jugendliche sind begeistert und nehmen die neuen Idole, ob Original oder deutsche Kopie, an:

Peter Kraus wird zum Idol, sein ‚Sugar Baby‘ verkauft sich über 500.000 Mal. Zudem schafft der Schlagerfilm mit Conny Froboess und Peter Kraus gleich ein neues Liebespaar: ‚Wenn die Conny mit dem Peter‘ aus dem Jahr 1958 [...] erzielt [...] einen sensationellen Erfolg.<sup>134</sup>

Ein neuer Markt ist entstanden. Jugendliche möchten die Platten kaufen, in Zeitschriften wie der BRAVO<sup>135</sup> Tratsch über ihre Stars lesen, sie im Kino bewundern. Dabei wird alles möglichst seicht eingedeutscht, damit kein Konfliktpotenzial gegenüber der erwachsenen Bevölkerung entstehen kann: „Die Saalschlachten im Berliner Sportpalast von 1958 nach einem Bill-Haley-Konzert und die Schwabinger Krawalle von 1962 setzen Signale.“<sup>136</sup>

In den frühen 1960er-Jahren verkaufen sich Schlager noch blendend. Alle Generationen kaufen bereitwillig, was die Schlagerproduzenten ihnen präsentieren. Neben Italien werden nun auch Griechenland, Spanien und Amerika besungen, die Themen der 1950er werden ausgebaut.

Dann kommt die Beatmusik nach Deutschland und die brave Jugend begehrt auf: 1966 kommt es zu ersten Friedensdemonstrationen, ab 1967/68 beginnt die sogenannte Studentenrevolte. Und Schlager passen nicht zur Rebellion: „Der Plattenmarkt schien für den Großteil der Jugend verloren. Rex Gildo und Bernd Spier, Vicky und Gitte hatten da nicht mehr viel zu gewinnen. Das friedfertige Einerlei in ihren Texten nahm ihnen keiner mehr ab.“<sup>137</sup> Natürlich erfasst die revolutionäre Stimmung längst nicht alle Teile der Jugend. Die *Weiche Welle*, auf der vor allem Roy Black schwimmt, ist in den 1960ern ausgesprochen erfolgreich. Doch wie alle Wellen ebbt auch diese schließlich ab, und zwar zu Beginn der 1970er-Jahre. Natürlich hören die Jugendlichen nicht auf, Musik zu hören und zu kaufen, im Gegenteil: 1970 überschreitet der Plattenverkauf zum ersten Mal in der deutschen Geschichte die 100-Millionen-Marke, damit werden in der Bundesrepublik in diesem Jahr siebzehnmals so viele Schallplatten verkauft wie in ihrem Gründungsjahr.<sup>138</sup> Die Jugendlichen kaufen einfach *andere* Musik – zumeist mit englischem Text. Rock’n’Roll, später Beat, dann Rock, bietet mehr als Töne und Texte. Wer Rock hört, denkt anders. Wer Rock hört, signalisiert seiner Umwelt: Ich bin modern, ich bin individuell, unangepasst. Das Fernsehen reagiert: Am 25.09.1965 wird der erste *BEAT-CLUB* ausgestrahlt.<sup>139</sup> Es ist die erste Musiksendung im deutschen Fernsehen, die sich explizit an Jugendliche richtet. Alice Cooper und die Beatles erscheinen dort auf dem Bild-

---

<sup>133</sup> Ebd.:34.

<sup>134</sup> HOBSCHE 2008:39

<sup>135</sup> Vgl. KRAUSHAAR (1983:80) „Deutschlands erstes Jugendmagazin BRAVO klettert von 600 000 Exemplaren 1960 zu einer Auflagenhöhe von 970 000 im Jahre 1965“.

<sup>136</sup> KRAUSHAAR 1983:81.

<sup>137</sup> Ebd.:86.

<sup>138</sup> Vgl. SOWADE 2008:28.

<sup>139</sup> Vgl. den FAQ-Bereich auf <http://www.beatclub-edition.de/>. Link kontrolliert: 26.08.2012.

schirm. Für Roy Black und Heintje ist dort kein Platz. Die Spaltung in Schlagerfreunde und -feinde unter den Jugendlichen beginnt.

### 3.5 Ideologie oder Kopie? Schlager in der DDR

Wie bereits gezeigt wurde, handelt es sich bei Schlagern um durch und durch kommerzielle Produkte. Die Herstellung fast aller Waren liegt in staatlicher Hand, das gilt auch für die Ware Schlager. Ginge es nach dem Politbüro, verzichtete man gänzlich auf den als „dekadent“ eingestuften Schlager. Stattdessen soll die Bevölkerung „den als progressiv eingeschätzten Teil des nationalen Kulturerbes, vor allem in Form klassischer Musik, schätzen lernen und außerdem Freude am ‚sozialistischen‘ Liedgut entwickeln.“<sup>140</sup> Doch noch sind die Grenzen offen und die westdeutschen Sender zu empfangen – entsprechend verbreitet und beliebt sind bundesdeutsche Schlager in der DDR. Ab dem Ende der 1950er-Jahre kommen vermehrt amerikanische und englische Songs hinzu, verbreitet von RIAS und Radio Luxemburg.<sup>141</sup> Dies stellt ein Dauerärgernis für das DDR-Regime dar. 1965 wird es dem Ersten Sekretär des ZK der SED, Walter Ulbricht, zu viel. Sein Statement wird berühmt: „Ich bin der Meinung, Genossen, mit der Monotonie des yeah, yeah, yeah, und wie das alles heißt, sollte man doch Schluss machen. Ist es denn wirklich so, dass wir jeden Dreck, der aus dem Westen kommt, kopieren müssen?“<sup>142</sup>

Die Verantwortlichen im Staate versuchen vieles, um gegen die ungeliebten westlichen Importe anzukämpfen: Ab 1953 gibt es einen Schlagersängerberufsausweis, ab 1959 (bis 1990!) kann man einen Abschluss im Fach *Tanzmusik* erlangen, es gibt Nachwuchswettbewerbe und Themenvorgaben, sogar ein DDR-eigener Tanz wird entwickelt, als Pendant zu den obszönen (latein)amerikanischen Tänzen – mit Namen *Lipsi*, nach dem lateinischen Namen der Stadt Leipzig.<sup>143</sup> Genau wie seine Nachfolger wird dieser Tanz ein Flop, zu brav ist er im Vergleich zu Twist, Rock’n’Roll, Samba. Erfolgreiche DDR-Schlager hingegen gibt es durchaus einige, nur werden die westlichen Konkurrenzprodukte nie gänzlich aus den Abspielgeräten der Bevölkerung, vor allem der Jugend, verschwinden:

Um die Jugend zu beruhigen, gab es zwar sogar manch revolutionäre Beatmusik-Platte als Nachpressung des DDR-Labels Amiga völlig legal zu erwerben [...]. Wer jedoch die Alben im Original besitzen wollte oder gar Musik spielen wollte, die der Staat als VE (‚verbotene Einfuhr‘) klassifiziert hatte, musste oft das Zehnfache investieren.<sup>144</sup>

---

<sup>140</sup> VON SALDERN 2008:107.

<sup>141</sup> Vgl. VON SALDERN 2008:107.

<sup>142</sup> Auf dem XI. Plenum des ZK der SED. Zitiert nach GUNKEL 2010.

<sup>143</sup> Vgl. VON SALDERN 2008:108f.

<sup>144</sup> GUNKEL 2010.

Auf dem ab 1964 existierenden Jugendsender DT64 wurde sogar Beatmusik offiziell gespielt, allerdings nie, ohne zwischen den Stücken politische Aussagen zu senden.<sup>145</sup>

Auch in der DDR wird das Medium Fernsehen wichtiger. Ab 1958 werden in der Sendung mit dem Namen *Schlagerrevue* 1.731-mal die neuesten DDR-Schlager von Sendungsschöpfer und Moderator Heinz Quermann präsentiert – bis 1989: „Der ‚Talentvater‘ Heinz Quermann ist die zentrale Figur in der Unterhaltungsindustrie der DDR.“<sup>146</sup>

Doch auch dem DDR-Schlager ergeht es nicht besser als seinem Bruder in der BRD: „Nach vertraulichen Umfragen jener Jahre stammten die Lieblingstitel der Jugendlichen 1979 noch zu 49% aus einheimischer Produktion, 1987 nur noch zu 11%.“<sup>147</sup> Hier eingerechnet sind bereits Rock- und Popproduktionen, denn diese Trennung kennt auch die Musikbranche der DDR. Im Rock ist zumindest zwischen den Zeilen ein wenig Zweideutigkeit möglich, z. B. in *Geh zu ihr* von den Puhdys. Ein Song wird das Paradebeispiel für den deutsch-deutschen Austausch in Westrichtung. *Über sieben Brücken mußt du gehen* von Karat aus dem Jahr 1978 wird auch im Westen ein großer Erfolg: 1980 singt Peter Maffay den Titel.<sup>148</sup> Der übliche Austausch erfolgt aber auch im Schlager in Richtung Osten, z. B. das von Ralph Siegel geschriebene Lied *Goodbye Mama*, von Ireen Sheer 1973 gesungen, das Ingrid Raack im selben Jahr in der DDR interpretiert, sogar mit identischem Text, also inklusive der titelgebenden englischen Zeile *Goodbye Mama*.

Erfolgreiche Sängerinnen sind z. B. Veronika Fischer (1975: *In jener Nacht*) und Ute Freudenberg (1980: *Jugendliebe*). Beide verlassen trotz großem Erfolg die DDR in Richtung Bundesrepublik (1981 bzw. 1983)<sup>149</sup>. Reinhard Lakomy (1972: *Es war doch nicht das erste Mal*) und Harmut Schulze-Gerlach alias Muck (1978: *He, kleine Linda*) sind berühmte männliche Vertreter des Genres. Der Schlagerstar schlechthin ist allerdings Frank Schöbel. Von Heinz Quermann im Jahre 1960 entdeckt, ist er bis zur Wende – und in den neuen Bundesländern auch darüber hinaus – ausgesprochen erfolgreich. 1971 gelingt ihm mit *Wie ein Stern* ein gesamtdeutscher Hit: Er erreicht Platz 37 und bleibt fünf Wochen in den bundesdeutschen Charts.<sup>150</sup> In den 1970ern folgen diverse Auftritte in westdeutschen Musiksendungen. Und in der DDR bleibt er Hitgarant, auch in Zusammenarbeit mit seiner zweiten Frau, der ebenfalls erfolgsgekrönten Sängerin Aurora Lacasa.

---

<sup>145</sup> Vgl. VON SALDERN 2008:110.

<sup>146</sup> Ebd.:113.

<sup>147</sup> RABER 2010:253.

<sup>148</sup> Vgl. WILCZEK 2008:120.

<sup>149</sup> Vgl. für eine Aufstellung der DDR-Schlagerstars <http://www.dj-heiko-tuengler.de/Nostalgie/page8/page8.html>. Link kontrolliert: 03.07.2012. Vgl. für die Datierung WILCZEK 2008:120.

<sup>150</sup> Vgl. <http://www.chartsurfer.de/artist/frank-schoebel/eug.html>. Link kontrolliert: 12.08.2012.

### 3.6 *Hitparade, Disco* und Gesellschaftskritik

Der deutsche Schlager durchleidet seit den frühen siebziger Jahren permanente Krisen- und Niedergangphasen. Das Aufkommen neuer Medien und die damit verbundene Internationalisierung des Musikmarktes nahmen ihm seinen Rang im eigenen Land und nicht zuletzt auch die Umsätze, die seine Vertreter jahrzehntelang an die Spitze der Verkaufscharts gebracht hatten.<sup>151</sup>

Funktionierte das Kino bereits vor dem Krieg als Werbeträger für Schlager, zieht nun das Farbfernsehen in immer mehr Haushalte ein und wird zur perfekten Präsentationsplattform für Schlager. Ab 1969 sendet das noch junge ZDF die von Dieter Thomas Heck moderierte *ZDF-Hitparade*, die schnell immer erfolgreicher wird.<sup>152</sup> Ausländische, vor allem englischsprachige Texte, sind in der *ZDF-Hitparade*<sup>153</sup> unerwünscht: „Der Schlager reagierte [auf englischsprachige Produktionen; SM] mit trotziger Anti-Haltung, symptomatisch verkörpert durch Tina Yorks *Wir lassen uns das Singen nicht verbieten* (1974), das als eine Fanfare einer Wirsingen-deutsch-Haltung auftrat und sich gegen die Amerikanisierung der Unterhaltungsmusik und gegen die intellektuelle Verdammung des deutschen Schlagers wandte.“<sup>154</sup> Durch und durch polonaise-<sup>155</sup> und foxtrottauglich, schallt der Titel nicht nur durch das „Studio 4 der Berliner Union Film“<sup>156</sup>, aus dem die *ZDF-Hitparade* gesendet wird, sondern erscheint auch in moderaterer Umgebung, etwa in der Sendung *Disco*<sup>157</sup>: „Schlager, Rock und Pop werden durcheinander gespielt, die Sendung ‚Disco‘ eint auf der Bühne den Schlagersänger Bernd Clüver mit der Glam-Rock-Gruppe Sweet und die Oma auf dem Cordsofa mit ihrem Enkel. ‚Disco‘ heißt in den Siebzigern die Brücke über die Generation-Gap.“<sup>158</sup>

Doch das Fernsehen ersetzt das Kino nicht, es ergänzt es. Zahlreiche Schlagerfilme kommen zusätzlich zur Plattenverkaufsförderung heraus, etwa das Paradebeispiel *Heute haun wir auf die Pauke*<sup>159</sup> mit Tony Marshall, der den Titelsong singt, aber auch Jürgen Marcus, Peggy March, Tanja Berg u.v.a., in dem sich die Schlagerstars der frühen 1970er die Klinke in die Hand geben und Schlagerproduzent Jack White selbst in Erscheinung tritt. Ein anderes

<sup>151</sup> MORITZ 2001:201.

<sup>152</sup> Vgl. HÜTTER 2008:7.

<sup>153</sup> Vgl. NOBEL, Thomas: *Die ZDF-Hitparade*. Auf: <http://www.fernsehserien.de/index.php?serie=3961> (Link kontrolliert: 01.08.2012): „Trotz des großen Erfolgs war das Konzept der Sendung fast immer umstritten. Fraglich war beispielsweise, wer überhaupt auftreten durfte: Anfangs wählte eine Fachjury des ZDF die Titel aus Vorschlägen der Plattenindustrie aus. Nach heftiger Kritik, auch von Heck selbst, orientierte sich die Auswahl ab 1978 an den tatsächlichen Verkaufszahlen. Trotzdem waren die erfolgreichsten Titel oft nicht vertreten, z. B. weil etablierte Sänger um ihr Image fürchteten, wenn sie vom Publikum nicht wiedergewählt würden.“

<sup>154</sup> MORITZ 2001:201.

<sup>155</sup> Clips mit Polonaise finden sich im Internet.

<sup>156</sup> <http://www.fernsehserien.de/index.php?serie=3961> (Link kontrolliert: 01.08.2012).

<sup>157</sup> Vgl. BRAUER, Wiebke: *Als Disco nach Deutschland kam*. Auf: <http://einestages.spiegel.de/external/ShowTopicAlbumBackground/a2976/15/10/F.html#featuredEntry>: „133 Mal wird die Sendung zwischen 1971 und 1982 vom ZDF ausgestrahlt [...]. Ursprünglich war die Sendung für Jugendliche konzipiert worden. Sie sollte gegen den in der ARD ausgestrahlten ‚Beat Club‘ antreten. Doch ziemlich schnell saßen nicht nur Teenager vor der Glotze und verfolgten gebannt das Treiben des Discohasen Ilja Richter, sondern die ganze Familie – inklusive Oma.“

<sup>158</sup> A.a.O.

<sup>159</sup> BRD 1972. Regie/Buch: Ralf Gregan. City Film. Mit Musik von Jack White und James Last. Vgl. <http://www.imdb.de/title/tt0295305/> bzw. <http://www.cinema.de/film/heute-haun-wir-auf-die-pauke,1292818.html>. Links kontrolliert: 01.08.2012.

Beispiel liefert der Film *Blau blüht der Enzian*<sup>160</sup>, zu dem Heino den bis heute bekannten Titelsong singt, aber auch Bata Illic, wiederum Jürgen Marcus und weitere Schlagerstars und -sternchen bekommen ihren Auftritt. Andere wären zu nennen.

Auch in vielen Lokalen sind Schlager weiterhin präsent. „1971 stehen 80.000 Musikboxen in der Bundesrepublik, die 25 Prozent der Single-Produktion aufnehmen. Mit den Automaten wird im selben Jahr ein Umsatz von mehr als 100 Millionen DM erzielt.“<sup>161</sup> Doch auch der Inhalt der Boxen richtet sich allein danach, was man verkaufen kann. In Film, Funk und Fernsehen, zielgruppenspezifischen Printmedien (bspw. BRAVO, BUNTE, HÖRZU, aber auch Yellow Press), in Bars und Discos und am Point of Sale in Form von Plattencovern, die meist das Gesicht des Künstlers oder der Künstlerin tragen, muss man vertreten sein, um in den 1970ern Erfolg zu haben. Konzertbühnen kommen natürlich hinzu. In allen Medien wird für jeden Künstler ein Gesamtimage kreiert: „Die Person verspricht dabei eine gewisse Kontinuität, welche das kurzlebige Produkt Schlager für Produzenten und Plattenindustrie kalkulierbarer gestaltet.“<sup>162</sup> Dieses Prinzip ist in den 1970ern nicht neu, aber es wird perfektioniert. Das Jahrzehnt ist noch einmal ein äußerst erfolgreiches für die Schlagerindustrie. Anstelle der Schlagerfilme, die Mitte der 1970er passé sind, werden immer mehr Fernsehshows produziert. Zusätzlich zur *ZDF-Hitparade* und *Disco* gibt es die großen Samstagabendshows mit Peter Frankenfeld, Hans-Joachim Kulenkampff und Rudi Carrell.

Doch auch der Schlager modernisiert sich und öffnet sich zumindest in Teilen für neue Themen wie Umwelt, Gastarbeiter, Friedensbewegung: „die 70er Jahre werden zu einem Jahrzehnt der Menschen, Nachbarn und anderer Minderheiten.“<sup>163</sup> Sozialkritik wird zum beliebten Motiv in Schlagern. So singt Alexandra (*Mein Freund der Baum*) bereits 1968 über die Zerstörung der Umwelt, Udo Jürgens 1974 über seinen Kontakt zu den sogenannten Gastarbeitern (vgl. 4.2) – und Juliane Werding erreicht 1972 den ersten Platz in den deutschen Charts mit *Conny Kramer*, einem Lied über den Drogentod eines Freundes<sup>164</sup>. Katja Ebstein nimmt mit *Diese Welt* 1971 am Grand Prix Eurovision de la Chanson teil und erreicht den dritten Platz. In dem Stück heißt es: „Rauch aus tausend Schloten / senkt sich über Stadt und Land. / Wo noch gestern Kinder waren / bedeckt heut Öl den Strand. / In den Düsenriesen / fliegen wir dem Morgen zu. / Wie wird dieses Morgen sein, / sinnlos oder voller Sonnenschein.“<sup>165</sup>

---

<sup>160</sup> BRD 1973. Regie: Franz Antel. Lisa Film. Vgl. <http://www.imdb.de/title/tt0069798/>, aber auch [http://de.wikipedia.org/wiki/Blau\\_bl%C3%BCht\\_der\\_Enzian](http://de.wikipedia.org/wiki/Blau_bl%C3%BCht_der_Enzian) ist empfehlenswert. Links kontrolliert: 01.08.2012.

<sup>161</sup> SOWADE 2008:29.

<sup>162</sup> Ebd.:30.

<sup>163</sup> KRAUSHAAR 1983:115.

<sup>164</sup> Vgl. GRABOWSKY 2008:149.

<sup>165</sup> <http://www.mp3lyrics.org/k/katja-ebstein/diese-welt/>. Vgl. auch: <http://www.ebstein-shop.de/biografie-1.php>. Links kontrolliert: 25.08.2012.

Selbst Homosexualität wird thematisiert. Bernd Clüver, bekannt durch den Titel *Der Junge mit der Mundharmonika*, wagt sich 1976 an die deutsche Version von *Under one Roof* der Rubetts mit dem Titel *Mike und sein Freund*. Der Titel kostete ihn fast die Karriere: „Im Februar 1977 war er nach eigenem Bekunden in der halben ARD gesperrt, das ZDF verpasste ihm Absagen, und Dieter Thomas Heck schmiss seinen Titel aus der Hitparade.“<sup>166</sup> Der Text handelt von einem Jungen, der von zu Hause ausreißt, „[d]enn der Krieg, den seine Eltern Liebe nannten, der gefiel ihm nicht / Und er kam in die Stadt, doch das Leben war hart / keiner fragte nach ihm / Nur ein komischer Typ mit getöntem Haar, der einfach mit ihm ging.“<sup>167</sup> Nachdem Mike von seinem Vater und dreizehn Männern aufgelauert worden ist, begeht er mit seinem Freund zusammen Selbstmord.<sup>168</sup> So weit hatte sich also die Schlagerszene der 1970er von der „kulturelle[n] Zwischenblüte“<sup>169</sup> der Weimarer Republik entfernt.

### 3.7 Neue Deutsche Welle versus Volksmusik

Als die 1980er-Jahre beginnen, bestimmen ernste Themen die Berichterstattung. Der Kalte Krieg manifestiert sich nicht nur an der immer besser befestigten innerdeutschen Grenze. Immer mehr Waffen auf beiden Seiten des Eisernen Vorhangs sollen die friedliche Koexistenz der Systeme sichern. Die Friedensbewegung gewinnt an Kraft. Gleichzeitig verliert der Schlager stetig mehr an Bedeutung. Seichte Töne, die die heile Welt versprechen, passen einfach nicht zur massiven Bedrohung, der man sich in der Mitte Europas ausgesetzt fühlt. Und dann kommt Nicole.

1982 singt sie beim 27. Eurovision Song Contest *Ein bißchen Frieden* in England – und gewinnt zum ersten Mal für die Bundesrepublik. „Nicole sagte später: ‚Mit Politik hatte mein Song nichts zu tun, aber mit dem Frieden, mit den Menschen, die dafür demonstrierten. ... Es lag damals eine Stimmung in der Luft. Eine, die auch Menschen empfunden haben, die nicht dafür demonstrierten.‘“<sup>170</sup> Noch einmal hat ein, was das Arrangement und den trotz oder wegen ernster Thematik seichten Text angeht, klassischer Schlager Erfolg, sogar über Deutschland hinaus. Doch als Gelddruckmaschine dient das Genre Schlager nicht mehr.

Die Industrie reagiert. „So bildet sich ein System der auf unterschiedliche Hörergruppen ausgerichteten Formate heraus: volkstümliche Schlager, Kinderschlager, Deutsch-Pop, Partyschlager oder Country-Schlager. Sendungen mit Titeln der Volksmusik zählen zum festen

---

<sup>166</sup> RABER 2010:160.

<sup>167</sup> Ebd.:159.

<sup>168</sup> Vgl. a.a.O.

<sup>169</sup> Ebd.:21.

<sup>170</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:68.

Repertoire der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten<sup>171</sup>, und das bis heute. Nach dem erfolgreichen Musikmanager Hans R. Beierlein, der u. a. Florian Silbereisen, Stefan Mross und Stefanie Hertel bekannt machte, spiegelt Volksmusik die traditionellen Werte wie „Liebe, Heimat, Treue, Freundschaft, Glaube, Natur, Ehrlichkeit.“<sup>172</sup> Er merkt an: „Stellen Sie sich einmal das Münchener Oktoberfest, Karneval und Fasching, die [...] Schützenfeste ohne Volksmusik vor. ‚Völlig undenkbar‘.“<sup>173</sup> Ob die letzten beiden Sätze uneingeschränkt für den Karneval im Rhein-Main-Gebiet oder für Schützenfeste in Norddeutschland gelten, darf bezweifelt werden. Im alpenländischen Raum angesiedelt, bildet der volkstümliche Schlager eine Sonderform des Schlagergenres, das sich vor allem bei älteren Zielgruppen oder bei Hörern mit bayerischen, österreichischen oder schweizerischen Wurzeln hoher Beliebtheit erfreut, im zweiten Falle häufig bei den genannten Festivitäten. Er nimmt starke Anleihen bei traditionellen Volksliedern, sowohl instrumental als auch inhaltlich. Auch traditionelle Gewänder, in die sich die Interpretinnen und Interpreten hüllen, verweisen auf seine Herkunft. Hansi Hinterseer dürfte einer der bekanntesten Vertreter sein.

Im *Après-Ski-Schlager* (vgl. 4.2.2) werden Elemente volkstümlicher Musik aufgenommen und mit rockigen Rhythmen und digitalen Instrumenten gemischt, um ein überregionales jüngeres Publikum zu erreichen (z. B. Touristen in den Alpen). Als weitere Unterkategorie seien *Shantychöre* und andere norddeutsche traditionelle Interpreten wie die *Mühlenhof Musikanten* genannt. Ihre Musik ähnelt ihren bayerischen Äquivalenten, die Texte enthalten naturgemäß eher Geschichten über das Meer als über die Berge. Auch plattdeutsche Elemente fließen ein.

Auch in Ost- bzw. Mitteldeutschland feiert der volkstümliche Schlager große Erfolge, dabei ist aber auffällig, dass der alpine Einschlag auch hier vorherrscht. Alternativ werden Elemente klassischer Musik aufgegriffen, vor allem instrumental, und teilweise mit neuen Texten kombiniert. Vertreter dieser Richtung sind z. B. *Semino Rossi* oder *Gunther Emmerlich*.

Dem traditionellsten Bereich der deutschsprachigen Musik, der Volksmusik, steht in den frühen 1980er-Jahren eine progressive Richtung gegenüber. Sie wird *Neue Deutsche Welle*, kurz *NDW*, getauft. „Aus einer musikalischen Untergrundbewegung heraus, deren Ursprünge auf die britische Punk- und New-Wave-Szene zurückgehen, entwickelt sich [...] die Neue Deutsche Welle, die mit ihren kantigen Rhythmen bis dato unbekannte Impulse für den deutschsprachigen Schlager setzt.“<sup>174</sup> Ebendiese Rhythmen und das Selbstverständnis der *NDW*-Stars und ihrer Fans lassen daran zweifeln, ob es sich dabei um Schlager handelt. In

---

<sup>171</sup> SOWADE 2008:31.

<sup>172</sup> HÜTTER 2008a:61f.

<sup>173</sup> A.a.O.

<sup>174</sup> LÜCKE 2008:72.

den 1980er-Jahren findet, dies klang bereits an, eine Ausdifferenzierung im deutschen Musikgeschäft statt. Schlager gelten als altbacken, für die Generation über fünfzig. Entsprechend ist es eine verständliche Abwehrreaktion der Anhänger der NDW, sich gegen eine vermeintliche Zugehörigkeit ihrer Stars zum Schlagergenre abzugrenzen.

### 3.8 Die Wende und ein Schlagerrevival

„Die gesamte Welt bekommt die Gänsehaut freudiger Erregung anlässlich des Medien-Falls der Mauer, die westliche Welt insgesamt erfährt sich als den Hort der Freiheit und des Glücks, in den nun der gesamte Osten seine Hoffnungen projiziert.“<sup>175</sup> Was HOFFMANN hier ein wenig süffisant beschreibt, war für die beiden Teile Deutschlands wirklich ein Ereignis von unschätzbarem Wert. Es war nicht mehr und nicht weniger als das Ende des Kalten Krieges – mit all den Träumen und Ängsten vor dem, was nun kommen sollte. *Looking for Freedom*, ein 1978 vom deutschen Erfolgsproduzenten Jack White erdachtes Lied, das ein recht unbekannter Marc Seaberg auf Englisch und Tony Marshall als *Auf der Straße nach Süden* auf Deutsch gesungen hatten,<sup>176</sup> wird angesichts der aktuellen Entwicklungen ein Nummer-eins-Hit. David Hasselhoff, in Westdeutschland durch *Knight Rider* und *Baywatch* bereits bekannt, trifft damit 1988/89 genau den Zeitgeist. Doch ist *Looking for Freedom* ein Schlager? Ein Schlagerproduzent hat es geschrieben und vertrat auch David Hasselhoff, es wurde neben einem anderen englischsprachigen Hit, *Wind of Change* von den Scorpions, zum Soundtrack eines der wichtigsten Augenblicke in der deutschen Geschichte, die Musik ist typisch für einen Schlager der Zeit, nur der Text ist nicht auf Deutsch. Offenbar reicht das als Ausschlusskriterium – zumindest *Wind of Change* ordnen 103/111 Teilnehmer/innen der Schlagerumfrage (vgl. 2.3.3) nicht dem Schlager zu.

*Verdammt, ich lieb dich* wird 1990 der erfolgreichste Hit des Jahres: „Seit 1971 hatte niemand mehr so lange wie er – nämlich 16 Wochen auf Platz eins der deutschen Charts gestanden.“<sup>177</sup> Schlager mit Rockelementen (Schlagzeug, E-Gitarre) werden ein Millionengeschäft in den 1990ern: Wolfgang Petry singt 1998 in Gelsenkirchen und 1999 in Berlin vor 60.000 jubelnden Fans. Allein sein Album *Alles* (1996) verkauft sich zwei Millionen Mal.<sup>178</sup> Genau wie Petrys *Längste Single der Welt* (Teil 1 von 5, 31 Minuten ohne Pause, von 1996)

---

<sup>175</sup> HOFFMANN 1991:69.

<sup>176</sup> Vgl. <http://www.coverinfo.de/start.php?wert=12&lang=1&suchbegriff=%22Looking+For+Freedom%22&sort=2&suchenach=Titel&tabelle=1&suchebemerkung=&suchoption=xsearch&seite=1&xpert=0>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>177</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:39.

<sup>178</sup> Vgl. [http://www.wolfgangpetry.de/petry/INZAHLEN/wolle\\_zahlen.htm](http://www.wolfgangpetry.de/petry/INZAHLEN/wolle_zahlen.htm). Link kontrolliert: 30.08.2012-

ist der große Party-Hit-Mix<sup>179</sup> der Gruppe PUR ein Dauerbrenner. Nach ihrem Durchbruch mit *Lena* (1990) füllt PUR riesige Hallen. Die *Abenteuerland-Tour* 1995 ist restlos ausverkauft.<sup>180</sup>

Zusätzlich zu den Rock-Schlagern zeichnet sich ab Mitte der 1990er ein Revival der 1970er ab. Guido Horn und Dieter-Thomas Kuhn (vgl. 4.4) werden mit ihren Siebziger-Parodien bekannt. Die Neunziger sind das Jahrzehnt der Paraden. 1997 ziehen über eine Million Technofans auf der neunten *Loveparade* über die Berliner Straße des 17. Juni zu *Let the Sun shine in your Heart*.<sup>181</sup> Im gleichen Jahr zieht der erste *Schlagermove* 50.000 Schlagerfans auf die Hamburger Reeperbahn. Ein Jahr später sind es bereits 200.000 Teilnehmer/innen, um die 300.000 werden es in den Folgejahren. Bunt geschminkt mit Plateausohlen und Afrolookperücken ziehen sie über den Kiez.<sup>182</sup> Auch 2012 existiert er noch: Beim *Festival der Liebe*, benannt nach einem Schlager von Jürgen Marcus aus den 1970ern, folgen zirka 500.000 Fans den 45 Trucks.<sup>183</sup>

Wolfgang Petrys Konzerte, der *Schlagermove* sowie zahlreiche Schlagerpartys machen klar: auch jüngere Leute hören Schlager, vorausgesetzt, man kann zu ihnen feiern.

### 3.9 Der Schlager im 21. Jahrhundert

„Für den Schlager selbst bringt das neue Jahrtausend eine weiter um sich greifende musikalische und begriffliche Ausdifferenzierung. [...] Deutsch ist als Sprache der Unterhaltungsindustrie wieder akzeptiert.“<sup>184</sup> Neben den sozusagen *bekennenden* Schlagerstars wie Andrea Berg und Helene Fischer gibt es eine große *Grauzone*. So klingen z. B. die Songs von DJ Ötzi popartig, aber dank österreichischem Akzent und dem Einsatz von Trompeten u. Ä. traditionell. Ein großer Teil deutschsprachiger Musik für eine neue Generation erscheint trotz struktureller Ähnlichkeiten (Rhythmen, auch teilweise inhaltlich, wobei man ihnen mitunter mehr Witz und Geist nachsagen mag als den Schlagern alter Prägung) nicht als Schlager (z. B. Silbermond, Wir sind Helden usw.). Diese Künstler „vermarktet die Industrie als Deutsch-Pop oder Deutsch-Rock.“<sup>185</sup>

Besonders Helene Fischer ist in diesem Zusammenhang erwähnenswert. Die 28-jährige Künstlerin absolvierte eine Gesangsausbildung und wirkte in diversen Musicals mit. 2005

<sup>179</sup> Mit acht ihrer größten Hits (1999). Vgl. [http://www.antenne.de/Pur/Biografie\\_\\_wiki\\_28075\\_musik.html](http://www.antenne.de/Pur/Biografie__wiki_28075_musik.html). Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>180</sup> GRABOWSKY/LÜCKE 2008:33.

<sup>181</sup> Vgl. <http://loveparade.techno.de/geschichte/Loveparade1997.html>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>182</sup> Vgl. <http://schlagermove.de/index.php?id=rueckblicke>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>183</sup> Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/schlagermove-hamburg-feiert-festival-der-liebe-a-843210.html>. Veröffentlicht am 07.07.2012. Aufgerufen am 08.08.2012.

<sup>184</sup> LÜCKE 2008:74.

<sup>185</sup> A.a.O.

nahm sie als „Nachwuchstalent“ an einer Volksmusiksendung teil und überzeugte Publikum und Produzenten. Heute ist sie mit dem Vorzeigemoderator der Volksmusikszene Florian Silbereisen liiert, kann auf diverse Charterfolge zurückblicken – und überrascht bei ihren Bühnenshows, die im öffentlich-rechtlichen Programm übertragen werden, durch artistische Einlagen. Sie ist so etwas wie der personifizierte Gegenbeweis gegen die Überalterung der Schlagerstars und -konsument/innen.<sup>186</sup>

Die beliebtesten Schlager der letzten Jahrzehnte sind auch im 21. Jahrhundert weiter präsent, dank zahlreicher Radiosender (s. 2.2), auf den Schlager-Floors der Discotheken, auf Schützen- und Dorffesten, im Karneval und auf dem Oktoberfest, dem Schlagermove, auf Mallorca wie in Oberhausen<sup>187</sup>. Udo Jürgens' Schlager *Ich war noch niemals in New York* liefert gar den Titel für ein Schlager-Musical: In Stuttgart verfolgten bereits über 270.000 Menschen das Spektakel, nach Angaben des Veranstalters voller Begeisterung.<sup>188</sup> Veranstaltungen dieser Art sind jedoch nicht neu: Schmidts TIVOLI auf der Hamburger Reeperbahn brachte bereits in den frühen 1990er-Jahren eine Schlagerrevue der 50er heraus: „Fifty Fifty“. „Sixty Sixty“ und „Karamba! – Die 70er-Schlagerrevue“ folgten.<sup>189</sup>

Auch noch ältere Schlager sind nicht passé. Zum einen werden sie weiter gesungen und erhalten dadurch fast einen Volkslied-Charakter (vgl. Kapitel 4), tritt doch der einstige Interpret längst in den Hintergrund. Zum anderen tingeln diverse Vertreter/innen des 1970er- und 1980er-Schlagers wie Roland Kaiser, Jürgen Marcus oder Ireen Sheer nach wie vor durch die Republik.

Ein Vertreter des Zwanziger- und Dreißigerjahreschlagers blickt heute auf zwanzig Jahre Erfolg zurück und geht in Deutschland wie auch in anderen Ländern auf Tournee: Max Raabe mit seinem Palastorchester<sup>190</sup>. Wie in 3.1 beschrieben, stammen viele Schlager aus der Zwischenkriegszeit aus der Feder jüdischer Komponisten und Texter. Zu deren Ehren tourte Raabe im Jahr 2010 durch Israel. Die im Vorfeld der Tournee bestehenden Zweifel, ob die

---

<sup>186</sup> Vgl. <http://www.helene-fischer.de/hf/media/helene-fischer-stationen-einer-karriere>. Aber auch: <http://www.promiflash.de/helene-fischer-gleich-4-mal-fuer-echo-nominiert-12030733.html>: „Sie ist die Prinzessin des deutschen Schlagers und ist hierzulande eine der erfolgreichsten Sängerinnen – [...] Helene Fischer (27)! Die schöne Blondine ist derzeit so gefragt wie nie, zog letztes Jahr mit ihrem Album „Für einen Tag“ sogar an Sidos (31) und Bushidos (33) Album „23“ vorbei und konnte sich fest an der Spitze der Charts etablieren.“ (Veröffentlicht am 07.03.2012). In den VIVA Jahrescharts 2011 belegte Helene Fischer die Plätze 9 und 10 mit ihren Alben *Best of* und *Für einen Tag*. Vgl. <http://www.viva.tv/charts/viva-album-jahrescharts-2011-2011-849/>. Alle Links kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>187</sup> Vgl. <http://www.oberhausen-ole.de/> (oder auch <http://www.dortmund-ole.de/>): Die Olé-Veranstaltungen im Ruhrgebiet bringen das Mallorca-Feeling nach Hause: „Zu ‚Oberhausen Olé‘ kamen der Wendler, Olaf Henning und Mickie Krause – und 40.000 Fans. Aber nicht nur die Musik stand im Zentrum. König von Mallorca war diesmal König Fußball.“ ([http://www.derwesten.de/region/rhein\\_ruhr/oberhausen-ole-das-schlagerfestival-zur-fussball-em-id6803833.html](http://www.derwesten.de/region/rhein_ruhr/oberhausen-ole-das-schlagerfestival-zur-fussball-em-id6803833.html)). Links kontrolliert: 14.08.2012). Man kombinierte also Schlager und Fußball-EM.

<sup>188</sup> Vgl. Pressemitteilung der Stage Entertainment vom 27.04.2011: „Tolle Umfragewerte für ICH WAR NOCH NIEMALS IN NEW YORK: Stuttgarts Hit-Musical auf Erfolgskurs!“. Abzurufen unter <http://www.stage-entertainment.de/musicals/ich-war-noch-niemals-in-new-york-stuttgart/backstage/zuschauerbefragung.html>. Link kontrolliert: 14.08.2012.

<sup>189</sup> <http://www.tivoli.de/programm-tickets/die-famose-schmidt-schlagersause.html>. Link kontrolliert: 14.08.2012. An gleicher Stelle wird BILD (ohne exakte Quelle) zitiert: „Schlager im Schmidt: Alles schunkelt mit! ... Kein großer Mitsing-Hit hat gefehlt! Ach war das schön!“

<sup>190</sup> Im Rahmen der Reihe „Meet the Germans“ in der Kategorie „Deutsche handverlesen“ hat das Goethe-Institut ein Porträt über Max Raabe zusammengestellt. Vgl. <http://www.goethe.de/ins/gb/lp/prj/mtg/men/lau/rab/deindex.htm>. Link kontrolliert: 28.08.2012.

Musik der Weimarer Republik nicht auf Ablehnung stoßen würde, wurden gänzlich ausgeräumt, im Gegenteil:

Das Publikum in Jerusalem verlangt nach Zugabe. Das Palastorchester gibt zwei. Beim Rausgehen zeigen sich die Menschen belustigt und bewegt, schwelgen in Erinnerungen; der Abend hätte nach ihrem Geschmack noch viel länger dauern können. Eine ältere israelische Dame, die früher einmal in Berlin gelebt hat, findet in ihren Erinnerungen ein Wort. Sie reckt ihren Daumen hoch und sagt: ‚Knorke!‘<sup>191</sup>

#### 4. *Deutsche Identität im Schlager?*

Wenn es eine *deutsche Identität* gibt, wie schlägt sie sich im Schlager nieder? Und warum soll ein Schlager etwas typisch Deutsches sein, wurden und werden doch zahlreiche Schlager übersetzt und erfolgreich im Ausland vermarktet bzw. fremdsprachliche Texte ins Deutsche übersetzt, die wiederum im deutschsprachigen Raum auf großen Zuspruch stoßen. Andere deutsche Schlager wurden rhythmisch oder thematisch von ausländischen Strömungen beeinflusst, durch Jazz oder Beat, wie im letzten Kapitel gezeigt werden konnte.

Hören sich verschiedene Menschen ein und dasselbe Musikstück an, nimmt jeder seine ganz eigene Version wahr, denn nach ALTMAYER ist Wirklichkeit immer bereits gedeutete Wirklichkeit.<sup>192</sup> Diese Deutung basiert auf dem Erfahrungsschatz der Hörer. Während ihrer Sozialisation übernehmen sie Deutungsmuster ihres Umfelds – oder lehnen sie bewusst ab und erschaffen damit wiederum eigene Muster als Resultat der Abgrenzung. Wie weit man dieses Umfeld fasst – die Familie, Freunde, die Straße, eine Region, ein Land – ist nicht für jedes Deutungsmuster gleich. So gibt es vielleicht in einer Familie bestimmte Gewohnheiten oder Ansichten, die die Kinder aus dieser Familie prägen, während alle Nachbarn anders denken. Solche Muster lassen sich noch recht einfach identifizieren, weil sie sich bei einer kleinen Informantengruppe beobachten lassen. Doch tritt man aus der näheren Umgebung heraus und versucht, Deutungsmuster einer Gruppe zu explizieren, steigt der Grad der Komplexität dieses Unterfangens, muss doch an erster Stelle die Definition einer Gruppe stehen. ALTMAYER geht von „kulturellen Deutungsmustern“<sup>193</sup> aus, die er als „kollektiven Wissensfundus einer Gruppe“<sup>194</sup> definiert. Kollektive können sich beispielsweise nach religiösen, migrations- oder genderspezifischen Gesichtspunkten konstituieren; möglich sind aber auch eine gemeinsame sexuelle Orientierung oder ein gemeinsames Interesse an einer Aktivität

---

<sup>191</sup> Tagesspiegel Online vom 23.10.2010. Abzurufen unter <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/mehr-deutsch-bitte-max-raabe-begeistert-israel/1965024.html>. Link kontrolliert: 14.08.2012.

<sup>192</sup> Vgl. ALTMAYER 2007:12.

<sup>193</sup> Ebd.:13ff.

<sup>194</sup> Ebd.:13.

(Fußball, Musik etc.) sowie ein bestimmter Lebensstil.<sup>195</sup> Deutungsmuster eines ganzen Landes zu identifizieren, wird jedoch zu einem nahezu unlösbaren Problem. In Deutschland leben knapp 82 Millionen Menschen<sup>196</sup>, mehr als acht von hundert verfügen über einen Migrationshintergrund, gleichzeitig wandern viele Deutsche temporär oder dauerhaft aus. Diese ständigen Bewegungen, die Bewahrung eigener Traditionen in ursprünglich ausländischen Familien und die Mischung verschiedener Wahrnehmungsmuster führen dazu, dass es heute sehr schwer ist, zu entscheiden, was *deutsch* ist, sobald man über die Staatsbürgerschaft hinausblickt bzw., da es in dieser Arbeit um Produkte geht, über ein *Made in Germany*.

Nationale Identifikation funktioniert weniger über das Hier und Jetzt. Sie basiert vielmehr auf geschichtlichen Ereignissen – oder besser gesagt auf ihrer Deutung: „Vergangene Ereignisse verwandeln sich nicht ohne weiteres in Erinnerungen; sie werden dazu gemacht durch das kollektive Bedürfnis nach Sinnstiftung [...]“<sup>197</sup> Damit hängt die Identifikation mit einer Nation nicht nur von der eigenen Herkunft ab, sondern von einem Zugehörigkeitsgefühl, mit einer essenziellen Zustimmung zur Deutung des Gewesenen, das zur Schablone für die Deutung der Gegenwart wird. „Wir sind, was wir geworden sind. In unseren Erinnerungen erkennen wir, wer wir sind, was wir werden wollen und worin wir uns von anderen unterscheiden.“<sup>198</sup> Identität ist dabei ein „Prozeß, keine Sache, ein Werden, kein Sein“<sup>199</sup>, sie ändert sich also mit neuen Erfahrungen, die wir machen, und damit ändern sich Menschen.

MENDÍVIL versteht „Lieder [...] nicht als statische, vollendete Konsumgüter, sondern als lebensfähige Objekte, die unterschiedliche Lebensphasen erleben können.“<sup>200</sup> Dieser Aspekt der Prozesshaftigkeit ist sehr wichtig, wenn man begreifen möchte, warum der erfolgreichste Schlager des Jahres 1962 im Jahr 2012 nicht automatisch denselben *einschlagenden* Effekt haben muss wie damals. Die Welt hat sich verändert, bzw. die Menschen deuten ihre Welt anders, weil sie andere Erfahrungen gemacht haben – und anderen Gruppen angehören (wollen). Diese Variabilität bei der Identitätsbildung jedes Individuums macht es unmöglich, ein Erfolgsrezept für Schlager oder Musik überhaupt zu erstellen: So akribisch die Analyse des Gewesenen auch erfolgt, eine sichere Prognose ergibt sich längst nicht automatisch daraus.

Auch die bewusste Ablehnung einer Gruppe bzw. eines Lebensstils ist identitätsstiftend: „So wie der deutsche Schlager für Schlagerinterpreten und -hörer eine affirmative Rolle bei der Konstruktion der eigenen Identität spielen kann, kann er eine negative Rolle über-

---

<sup>195</sup> Vgl. RIEGLER 2003:10f.

<sup>196</sup> Für alle genannten statistischen Zahlen in diesem Abschnitt vgl. Anhang XVf.

<sup>197</sup> FRANÇOIS/SCHULZE 2001:13.

<sup>198</sup> A. a. O.

<sup>199</sup> FRITH 1999:151.

<sup>200</sup> MENDÍVIL 2008:349.

nehmen, wenn er als Mittel zur Abgrenzung aufgefasst wird.<sup>201</sup> Schlager fungieren also als *Soundtrack* für eine Gruppe, die sie gleichzeitig mitkonstituieren. „Der Schlager hilft, die Identität des Individuums zu sichern. Er gliedert Biographien, weil er Erinnerungsräume schafft, in denen sich persönliches Erleben und allgemeine soziale Situation treffen.“<sup>202</sup>

Doch inwiefern ist der Schlager etwas *Deutsches* bzw. *Abbild deutscher Identität*? MENDÍVIL zieht eine Verbindung zwischen dem Heimatbegriff und Schlager.<sup>203</sup> Im Schlager wirkt die deutsche Sprache identitätsstiftend (Kap. 2.3.3 hat gezeigt, dass fremdsprachliche Texte nicht bzw. nicht mehr als schlagerkonform gelten). Weiterhin bezeichnet MENDÍVIL Schlager als „wichtige[n] Faktor für die Um-Schreibung von Orten, für die Konstruktion der eigenen Umwelt, für die räumliche oder zeitliche Evozierung von Heimat.“<sup>204</sup> Demnach erschaffen Schlagerhörer/innen in ihrer Musik eine ideale Heimat, eine „vollkommene Welt von Geborgenheit und Vertrautheit“<sup>205</sup>. Dabei geht es nicht um das reale Deutschland, sondern eine Utopie, die jeder anders ausgestaltet.

In den folgenden Unterkapiteln werden Sonderformen des Schlagers vorgestellt. Im ersten Teil geht es um regionale Schlager, die bewusst die Eigenheiten der Umgebung beibehalten und mitunter loben. Danach werden Schlager vorgestellt, die ausländische Orte besingen und/oder von ausländischen Interpreten vertont wurden. Anschließend wird das Phänomen des *Urlaubsschlagers* vorgestellt und eingeordnet, bevor schließlich einige Schlagerparodien das Spektrum des Schlagergenres abrunden.

#### 4.1 Gesungener Lokalpatriotismus

Deutschland ist ein föderativer Staat. Ganz bewusst wurde Westdeutschland 1949 als Bundesrepublik neu gegründet, um einen zentralistischen Staat wie das Nazi-Regime nicht wieder entstehen zu lassen. Die Bundesländer und ihre einzelnen Regionen spielen eine wichtige Rolle. Hamburger, Berliner, Rheinländer oder Hessen erkennen ihre *Landsleute* am eigenen Dialekt oder Regionalakzent. Deutschland ist vielfältig, das ist u. a. das Resultat jahrhundertelanger Kleinstaaterei. Diese Lokalverbundenheit spiegelt sich auch in eigenen Liedern wider. Deren Entwicklung endete nicht mit der Reichsgründung 1871. Es gibt aktuelle lokale und regionale Lieder. Einige sollen hier vorgestellt werden.

---

<sup>201</sup> MENDÍVIL 2008:350.

<sup>202</sup> MORITZ 2001:205.

<sup>203</sup> Vgl. MENDÍVIL 2008:348f.

<sup>204</sup> A.a.O.

<sup>205</sup> Ebd.:49.

„[D]er Schlager [ist] seit jeher ein Ort, an dem sich regionale und damit auch nationale Besonderheiten rühmen lassen.“<sup>206</sup> Häufig werden regionale Schlager in der Mundart gesungen. Wo es keinen Dialekt mehr gibt, wie im Ruhrgebiet, ist zumindest ein Regionalakzent hörbar.

Berühmt für seinen Lokalpatriotismus – und seine *Rivalität* zur Landeshauptstadt – ist Köln. In zahlreichen Schlagern und Hymnen wird es gepriesen. Gerade zur Karnevalszeit, vom 11. November bis Aschermittwoch, sind sie in der Stadt präsent. Zum Auftakt der *fünften Jahreszeit* singen Tausende Menschen auf dem Heumarkt *Mer losse dr Dom in Kölle* (Bläck Föös). Man bekommt leicht den Eindruck, es handele sich um ein jahrhundertealtes Lied. Doch weit gefehlt: Wie die meisten heute populären Karnevalslieder stammt es aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, von 1974. Die Lieder wirken häufig wie traditionelle Volkslieder, da sie blasmusiktauglich sein müssen; schließlich gibt es diverse Umzüge in den *Veedeln* (Stadtvierteln) und Sitzungen, bei denen Blaskapellen zugegen sind. *Viva Colonia* (Höhner) schaffte es 2003 sogar bis auf Platz 23 der deutschen Charts<sup>207</sup>, seit 2004 wurde es zum Hit auf dem Münchener Oktoberfest. Das ist insofern erstaunlich, als das Rheinland und Bayern nicht unbedingt viele Gemeinsamkeiten haben. Hier zahlt sich aus, dass im Refrain nichts allein Kölsches besungen wird: „Da simmer dabei! / Dat is prima! / Viva Colonia! / [ab hier wechselt der Sänger zum Hochdeutschen; SM:] Wir lieben das Leben, die Liebe und die Lust / Wir glauben an den lieben Gott und hab’n noch immer Durst“<sup>208</sup> wird problemlos zu *Viva Bavaria*<sup>209</sup>, denn mit einem bayerischen Akzent versehen („Des is prima“), klingt es wie ein urbayerisches Lied. Das Akkordeon aus der Begleitung ist in den meisten deutschen Regionen zu Hause, das sorgt jeweils zusätzlich für scheinbare Identifikation. Und auch außerhalb Deutschlands funktioniert das Lied: Anlässlich der Fußball-Europameisterschaft 2008 sang Walter Kroes eine holländische (säkularisierte) Version: „We zijn er weer bij / en dat is prima, / Viva Hollandia. We houden van het leven, de liefde en de lust. / We feesten door tot ’s avonds laat / nog lang niet uitgeblust.“<sup>210</sup> In Hamburg singt man *Viva Hammonia*<sup>211</sup> – man könnte die Liste noch fortsetzen. Das genannte *Mer losse dr Dom in Kölle* wird nicht überregional gesungen – es ist zu festgelegt auf das Wahrzeichen der Stadt Köln: „Wenn die Gruppe Bläck Fööss zu *Mer losse dr Dom en [sic] Kölle* anhebt, so liegt darin das Bekenntnis zum regionalen Raum, das sich gegen die Vereinnahmung durch nationale oder globale Strukturen wehrt.“<sup>212</sup>

<sup>206</sup> MORITZ 2001:207.

<sup>207</sup> Vgl. <http://www.charts.de/suche.asp?search=viva+colonia&x=0&y=0&country=de>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>208</sup> Text transkribiert durch SM.

<sup>209</sup> Vgl. Version vom „Weißwurstduo“.

<sup>210</sup> <http://www.songteksten.nl/songteksten/80134/wolter-kroes/viva-hollandia.htm>. Deutsch (Übersetzung: SM): Wir sind dort wieder dabei und das ist prima, Viva Hollandia, wir lieben das Leben, die Liebe und die Lust. Wir feiern durch bis zum späten Abend und hören noch lang nicht damit auf.

<sup>211</sup> Vgl. <http://www.youtube.com/watch?v=C2aBuH7OIEU>. Link kontrolliert: 30.08.2012. (Dort falsch angegeben als *Viva Harmonia*.)

<sup>212</sup> MORITZ 2001:208. Hervorhebungen im Original.

In Hamburg hört und singt man entsprechend Loblieder auf *Hammonia* und ihre Stadtteile, z. B. *Das Herz von St. Pauli* von Hans Albers aus dem gleichnamigen Film von 1957 oder *Auf der Reeperbahn nachts um halb eins* vom selben Sänger. Der alte Shanty *De Hamburger Veermaster* ist z. B. bei der Gruppe Fettes Brot und deren Publikum beliebt.<sup>213</sup> Als neueres Lied wäre noch Lotto King Karls *Hamburg, meine Perle* zu nennen, die Hymne des Hamburger Sportvereins (HSV). Auch im Ruhrgebiet<sup>214</sup>, in München oder Berlin sind ähnliche Lieder zu finden, in kleineren Städten ohnehin.<sup>215</sup>

## 4.2 Schlager mit Migrationshintergrund

Schlager sind ein deutsches Phänomen. Das konnte bereits gezeigt werden. Doch ist die Bevölkerung der Bundesrepublik keine homogene Masse. Im Gegenteil, in der Mitte Europas gelegen, geografisch wie politisch, ist Deutschland ein Einwanderungsland. Zwar negierte die erste schwarz-gelbe Bundesregierung in ihrem Koalitionsvertrag<sup>216</sup> von 1982 genau diese Aussage noch, doch hat sich in den letzten drei Jahrzehnten vieles geändert. Inzwischen leben 6,8 Millionen Einwohner mit Migrationshintergrund (8,3% der Gesamtbevölkerung)<sup>217</sup> in Deutschland.

In der unmittelbaren Nachkriegszeit waren Ausländer vor allem in Gestalt von Besatzungssoldaten vertreten, seit den Anwerbeabkommen für ausländische Arbeitskräfte (sogenannte „Gastarbeiter“)<sup>218</sup> ab 1955 vermehrt durch Südeuropäer und Türken. Diese gingen allerdings in die Industriezentren, auf dem Lande waren selbst Zugezogene aus dem relativ nahen europäischen Ausland, also Italiener, Spanier, Franzosen, aber auch Skandinavier, etwas Exotisches. In die Fernwehwelt der 1950er passte das hervorragend: Vico Torriani (aus der Schweiz, aber immerhin aus dem italienischsprachigen Teil) verkörperte italienische Lebenslust – und die Italienerin Caterina Valente ruft direkt zu einer Reise gen Süden auf: „Komm ein bißchen mit nach Italien / Komm ein bißchen mit ans blaue Meer / Und wir tun, als ob das Leben / Eine schöne Reise wär“<sup>219</sup> singt sie, aber auch Südamerika gehört zu den besungenen Regionen in ihrem Repertoire.<sup>220</sup> In den frühen 1960er-Jahren entwickelt sich „der gesamte deutsche Markt zum internationalen Tummelplatz weitgereister Stars und Sternchen. [...] Was sie sangen, blieb relativ egal, Hauptsache der Akzent stimmte.“<sup>221</sup> So singt die Französin Mireille Mathieu nicht nur *An einem Sonntag in Avignon* und *Hinter den Kulissen*

<sup>213</sup> Vgl. <http://www.youtube.com/watch?v=3Os6hP74bC4>. Link kontrolliert: 30.08.2012.

<sup>214</sup> Z. B. *Ruhrgebiet* von Wolfgang Petry (1993): „Zwischen Rhein und Weser das Herz der Welt / hier bist du keine Nummer keiner sieht auf dein Geld / Eine grüne Oase zwischen Kohle und Stahl / Wenn wir zusammen feiern ist uns alles egal.“

<sup>215</sup> Z. B. *Ich bin ein Lüneburger* von *Top for tea*.

<sup>216</sup> Vgl. HERBERT 2001:250.

<sup>217</sup> Wert für 2010. Vgl. Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2011. Kap. 2. 52. Abzurufen unter [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Bevoelkerung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Bevoelkerung.pdf?__blob=publicationFile). Link kontrolliert: 20.08.2012.

<sup>218</sup> Vgl. HERBERT 2001:200f.

<sup>219</sup> *Komm ein bißchen mit nach Italien* von Caterina Valente (1956). Text vgl. <http://www.lyricsvip.com/Caterina-Valente/Komm-ein-bi%C3%9Fchen-mit-nach-Italien-Lyrics.html>. Link kontrolliert: 26.08.2012.

<sup>220</sup> Vgl. BARTETZKO 2008:165: Z. B. Mexiko: *Tipitipitipso* (1957) oder Argentinien: *Spiel noch einmal für mich, Habañero* (1958).

<sup>221</sup> KRAUSHAAR 1983:82.

von Paris, sondern wünscht auch der *Akropolis adieu*<sup>222</sup>, weil Griechenland in den frühen 1970ern en vogue war, auch dank der Vorarbeit von Nana Mouskouri (*Weißer Rosen aus Athen*), mit der Mireille Mathieu später gemeinsam *La paloma, adé* singt. Wie Nana Mouskouri ist auch ihre Landsmännin Vicky Leandros nicht nur in Deutschland, sondern u. a. auch in Frankreich erfolgreich. Sie gewinnt z. B. 1972 den Grand Prix Eurovision de la Chanson mit dem Titel *Après toi* (allerdings für Luxemburg), die deutsche Version *Dann kamst du* erscheint nur eine Woche später<sup>223</sup>. So vollzieht sich ein reger internationaler Austausch, diverse Sprachversionen werden herausgebracht. Weitere ausländische Künstler/innen mit großem Erfolg in Deutschland sind z. B. der in Tunesien geborene Roberto Blanco, Howard Carpendale aus Südafrika, Peggy March aus den USA, Ireen Sheer aus England – und natürlich Udo Jürgens und Peter Alexander aus Österreich. Man könnte die Liste weit fortsetzen.

Die Gastarbeiterthematik wird ebenfalls im Schlager verarbeitet, allerdings nicht sehr häufig. Als bekannteste Beispiele sind *Zwei kleine Italiener* von Conny Froboess und *Griechischer Wein* von Udo Jürgens zu nennen. Der im Jahr 1962 von Froboess aufgenommene Titel transportiert noch viele Klischees von Palmen, Stränden und Frauen namens Tina und Marina, die die italienischen Protagonisten des Schlagers vermissen. „1975 liest dann Udo Jürgens [...] der Republik [...] die Leviten: ‚In dieser Stadt wird‘ ich immer nur ein Fremder sein, und allein‘, lässt er griechische Gastarbeiter sagen und deckt damit deren Isolation auf.“<sup>224</sup>

Auch in anderen Ländern sind Schlager populär. So existiert beispielsweise in den Niederlanden und Belgien eine ausgeprägte Schlagerszene.<sup>225</sup> Doch ist im Niederländischen der Begriff des *Schlagers* als deutsches Lehnwort nicht gebräuchlich, anders als etwa in Schweden. Es handelt sich einfach um niederländische Popmusik, die deutschen Zuhörern schlagerartig vorkommen kann. Z. B. ist das Stück *Schatzi, schenk mir ein Foto* von Mickie Krause (2011) eine Adaption von *Schatje, mag ik je foto* der niederländischen Gebroeders Ko (2009). Mitunter gibt es auch eine Mischung aus Kinderliedern und Techno, ein anderes Lied trägt den Namen *Tuut tuut tuut, wij springen parachute* (2003, Tut, tut, tut, wir springen Fallschirm). Ein wenig mehr nach typischem deutschem Schlager klingen die Songs von Django Wagner oder Jan Smit, der in den Niederlanden auf mehrere Nummer-eins-Alben zurückschauen kann und auch einige deutsche Versionen aufgenommen hat. Besonders hervorzuheben ist der äußerst populäre *smartlap*, den man wörtlich als *Schmerzklappen* bzw. *Schmachtfetzen* übersetzen könnte.<sup>226</sup> Seit Jahrzehnten erfolgreich ist Marco Borsato, er ist der erfolgreichste niederländische Sänger überhaupt (ein berühmter Titel ist z. B. *Rood* von 2006).

<sup>222</sup> In gleicher Reihenfolge: 1) 1970, im Original *Au revoir mon amour*; 2) 1969, im Original: *Martin*; 3) 1971 (nur deutsch).

<sup>223</sup> Veröffentlichung *Après toi*: 28.03.1972; *Dann kamst du*: 03.04.1972.

<sup>224</sup> BARTETZKO 2008:167.

<sup>225</sup> So erreicht beispielsweise Helene Fischers Album *Für einen Tag* im August 2012 Platz 1 der niederländischen Charts.

Vgl. <http://www.ole-radio.com/schlager/helene-fischer-jetzt-auch-in-holland-auf-platz-1-11442/>. Link kontrolliert: 24.08.2012.

<sup>226</sup> Über die Entstehung der *smartlappen* gibt es mehrere Theorien. Eventuell ist der Begriff sogar eine Lehnübersetzung aus dem Deutschen. Zur Geschichte des *smartlappen* vgl. <http://members.ziggo.nl/henkbeysmartlappeninfo.htm> (niederländisch). Link kontrolliert: 26.08.2012.

### 4.3 Party- und Urlaubsschlager

Nach den wilden Zwanzigerjahren war der Schlager vor allem eines: angepasst. Sieht man von einigen Ausnahmen ab, versuchten vor allem die Schlagertexter, inhaltlich aktuell, aber nicht zu progressiv zu erscheinen und nicht zu sehr zu polarisieren. „Gewiß, es hat immer gewitzte Versuche gegeben, [...] eindeutige Assoziationen zu wecken; in der Regel blieb der Schlager jedoch ‚sauber‘.“<sup>227</sup>

Seitdem Rockeinflüsse ab den späten 1970er-Jahren auch im Schlager zu finden sind, z. B. bei Wolfgang Petry, der seit seinem Karrierebeginn die Anzahl der unangepassten Vokabeln in seinen Texten langsam zahlreicher werden ließ<sup>228</sup> und durch eine deutliche E-Gitarrenpräsenz ergänzte, steigt auch die Anzahl der Titel mit *unsauberen* Texten.

Mickie Krause, der in der *Unbeliebheitsskala* in der Umfrage (vgl. 2.3.3, Fr. 21) direkt hinter Heino, Michael Wendler und DJ Ötzi erscheint, gleichzeitig aber kommerziell sehr erfolgreich ist, zeigt das in den Texten seiner Schlager sehr gut. Wo es keine expliziten Vulgarismen gibt, wird häufig das Publikum durch sich nicht reimende Versenden dazu eingeladen, den Text selbstständig weiterzudenken. So z. B. in Mickie Krauses erstem Hit aus dem Jahre 1999, in dem er nach den Reimen „Frauen – zuzutrauen“ und „Weiber – Leiber“ singt: „Ich [will zehn nackte Friseurinnen (3x)] / mit richtig feuchten Haaren“. Ein Jahr später singt Mickie Krause:

Das Fischgeschäft war sauber und ordentlich gepflegt / Ich schaute in das Kühlregal, ob sich irgendwas bewegt / Gläser mit eingelegtem Rollmops standen im Regal / Drum sag ich zur hübschen Verkäuferin, entschuldige mal: // Zeig doch mal die Möpfe, die würden mich interessieren / [...] / Zeig doch mal die Möpfe, aber ich will nicht, dass / Ich will nicht, dass die frieren<sup>229</sup>.

Bei den beiden vorgestellten Liedern handelt es sich noch um solche mit recht ambitionierten Texten, da diese, wie gesagt, das Publikum zum Assoziieren aufrufen. Ein Song zu Ehren Mickie Krauses beschreibt dagegen ungeschminkt und lebensnah die Abfuhr, die das erzählende Ich im Songtext des *Mickie Krause Songs* auf Mallorca von einer Dame erhält:

Doch sie sagte: / Mach doch mal 'ne Pause / Denn du siehst aus wie die Nachgeburt von Mickie Krause. / Du hast kein Geld / Siehst scheiße aus / Aus jeder Disco fliegst du raus. // Mach 'ne Sause / Ich lieb nur Krause.

<sup>227</sup> MORITZ 2001:216.

<sup>228</sup> Vgl. etwa das Stück *Scheißegal* aus dem Jahr 1995, das bereits ein Schimpfwort im Titel führt, oder *Weiß der Geier* (1997), das eine Vielzahl von umgangssprachlichen Floskeln beinhaltet, wie dieser Ausschnitt gut illustriert: „Jetzt ist Schluss mit lustig / Ich will dich wiedersehen / Bis gestern waren wir Freunde / Jetzt hab ich ein Problem // Die letzte Nacht hat alles verdreht / Du hast mich einfach flachgelegt / Ich mach für dich den Hampelmann / Du wirfst mich aus der Bahn // Weiß der Geier oder weiß er nicht / Ganz egal, ich liebe dich / Du kannst alles von mir haben / Doch es läuft nichts ohne mich. (Nach <http://www.magistrix.de/lyrics/Wolfgang%20Petry/Weiss-Der-Geier-Uebersetzung-13212.html>. Link kontrolliert: 30.08.2012).

<sup>229</sup> Beide Songtexte auf dieser Seite wurde beim Hören mitgeschrieben.

Um dem Publikum das Mitsingen von Anfang an zu ermöglichen, werden gern bekannte Melodien mit einem neuen Text versehen, z. B. *Was wollen wir trinken* (BOTS) → *Jan Pillermann Otze* (Mickie Krause), *Eviva España* (u. a. Hanna Aroni) → *Elvira ist schwanger* (Peter Wackel), *Jambalaya* (u. a. Gerhard Wendland) → *Fliegt 'ne Kuh in Peru* (Die Autohändler) usw. Alternativ werden bekannte Songtexte abgewandelt oder ergänzt: Der für die 1980er-Jahre schon recht gewagte Refrain von *Joana* (Roland Kaiser), spielt er doch deutlich auf einen One-Night-Stand an, im Gegensatz zu den üblichen Treueschwüren im Schlager, wurde in der Version von Peter Wackel feat. Chriss Tuxi folgendermaßen ergänzt (Ergänzungen in Klammern): „Joana (du geile Sau) / geboren um Liebe zu geben (du Luder) / Verbotene Träume erleben (du Dreckssau) / [...]“. Es bleibt die Frage, warum diese in der Regel sexistischen oder anderweitig chauvinistischen Songs Erfolg haben.

„Mit ihrem auf bestimmte Urlaubsregionen wie El Arenal, St. Anton oder Ibiza abgestimmten Image bedienen Michael Wendler, DJ Ötzi, Micki [sic] Krause oder Jürgen Drews eine amüsierfreudige Zielgruppe, für die lange Discoabende und Alkoholkonsum zur Entspannung dazugehören.“<sup>230</sup> Das Muster ist immer dasselbe: Eingängige, laute Musik (damit die eigene Stimme nicht heraussticht), viel Alkohol und eine gute Stimmung sorgen durchaus auch bei gut ausgebildetem und/oder -situiertem Publikum mitunter für Begeisterung. Je höher der Alkoholgehalt im Blut, umso geringer werden die Berührungängste mit stupiden Texten. Alkohol hat sedative Wirkung, nicht nur auf Muskeln und Gelenke, sondern gerade auch auf Hirn und Intellekt.<sup>231</sup> Diese Wirkung ist nicht neu, seit jeher funktionieren Schützenfeste, Karnevalsveranstaltungen und Silberne Hochzeitsfeiern nach diesem bzw. durch dieses Prinzip, im Übrigen gilt dies nicht nur für die deutschsprachigen Ländern.

#### 4.4 Schlagerparodien

Parodien sind nur dann lustig, wenn man das Objekt der Parodie (er)kennt. Erst durch den Vergleich mit dem Original wird klar, welche Angewohnheiten oder Eigenschaften überzeichnet werden. Auch sollte das zu Parodierende noch eine gewisse Relevanz für das Publikum haben. Kaiserparodien dürften heutzutage auf ein geringeres Interesse treffen als *Kanzlerinnenparodien*. Wenn man heute also noch Schlager karikiert und damit Erfolg hat, kann man das durchaus als Indikator dafür lesen, dass Schlager zum Alltag gehören. Zum Abschluss des vierten Kapitels sollen nun einige wenige Beispiele von Schlagerparodien vorgestellt werden.

---

<sup>230</sup> LÜCKE 2008:75.

<sup>231</sup> Vgl. z. B. BECK/HEINZ (SPIEGEL ONLINE vom 27.05.2012): „Wer betrunken ist, kann ähnliche Verhaltensdefizite zeigen wie Personen, deren Stirnhirn etwa durch einen Unfall verletzt wurde: So leidet die Fähigkeit, die eigenen Handlungen zu steuern, die Aufmerksamkeit ist gestört, Informationen werden langsamer und fehlerhaft verarbeitet.“ Entsprechend empfänglich wird das Gehirn für einfache Texte.

Die erfolgreichsten Schlagerparodisten der 1990er-Jahre sind Guildo Horn und Dieter Thomas Kuhn (vgl. 3.8). Sie sangen, sieht man von Guildo Horns ungewöhnlichem Auftritt beim Eurovision Song Contest 1998 mit *Guildo hat euch lieb*<sup>232</sup> einmal ab, vor allem Stücke der 1970er nach und ließen die Mode dieser Dekade noch einmal in ihrer schrillsten Form aufleben. Besonders junge Hörer/innen fühlten sich angesprochen.<sup>233</sup> Als Satire auf den aus deutscher Sicht dahinsiechenden Eurovision Song Contest fand von 1993 bis 1997 im Übrigen *Der wahre Grand Prix* im ZDF statt. Fiktive Schlagerstars traten mit überzeichneten Texten auf. Das Medienecho war beachtlich.<sup>234</sup>

In dem Film *Kein Pardon*<sup>235</sup> karikiert Hape Kerkeling 1993 das TV-Showbusiness der Bundesrepublik in den 1980er- und frühen 1990er-Jahren. Unter anderem tritt er selbst als abgehalfterter Schlagerstar *Uschi Blum*<sup>236</sup> mit dem Titel *Lieb mich* auf. Zur Promotion des ZDF-Films *Ein Mann ein Fjord*, ebenfalls unter der Regie von Kerkeling 2009 gedreht, ließ er die Kunstfigur noch einmal aufleben und trat u. a. in *Wetten, dass ..?* auf, wo er bzw. sie den Auftritt mit einem spontanen Kuss mit Thomas Gottschalk beendete.<sup>237</sup>

Ebenfalls zu Zwecken der Filmpromotion zu *Der Schuh des Manitu* lud Michael Bully Herbig im Jahr 2001 den Popsänger Sasha ein. Gemeinsam sangen sie in der *Bullyparade* den Titel *Im Planwagen vor mir fährt ein junges Mädchen*, eine Persiflage von *Im Wagen vor mir* von Henry Valentino und Uschi aus dem Jahr 1977. Der Auftritt lief ungeschnitten auf ProSieben, inklusive mehrerer Lachanfänge der Protagonisten.<sup>238</sup>

Auch in der Werbung werden Schlager hin und wieder zitiert. Aktuell plakatiert die Wohnbauten-Gesellschaft *Stadt und Land* in Berlin unter der Headline „Jede Wohnung ein echter Hit!“ ein Bild von einer Klingeleinheit eines Mehrfamilienhauses. Anstelle der Namen sind abgewandelte Schlagertitel einsetzt, z. B. „Weiße Rosen aus Neukölln“, „Eine neue Wohnung ist wie ein neues Leben“ oder „Ganz in Grün“<sup>239</sup>. Für die Zigarettenmarke *Lucky Strike*, die für ihre schlichte Werbung (grauer Hintergrund, große Überschrift und meist eine Spielerei mit Schachteln und Zigaretten) berühmt ist, wurde im Jahr 2000 mit drei leeren Plastikhüllen geworben, wie sie für Zigaretenschachteln typisch sind. Darüber steht „Hülle,

---

<sup>232</sup> Er belegte damit den siebten Platz. Vgl. <http://www.eurovision.de/teilnehmer/guildohorn115.html>. Link kontrolliert: 28.08.2012. DER SPIEGEL kommentiert es am 02.03.1998 (Nr. 10/1998:10) wie folgt: „Die letzte Bastion deutscher Schwermut, der deutsche Schlager, ist gefallen. Ralph Siegel versteht die Welt nicht mehr [...] und Dieter Thomas Heck hat's für Sekunden die Sprache verschlagen.“

<sup>233</sup> Vgl. HÜTTER 2008b:82

<sup>234</sup> Vgl. [www.sueddeutsche.de/muenchen/der-wahre-grand-prix-diese-douze-points-sind-einfach-toll-1.1097186](http://www.sueddeutsche.de/muenchen/der-wahre-grand-prix-diese-douze-points-sind-einfach-toll-1.1097186) vom 14.05.2011. Link kontrolliert: 28.08.2012.

<sup>235</sup> Deutschland 1993. Regie: Hape Kerkeling. Rialto Film. Vgl. <http://www.imdb.de/title/tt0104602/>. Link kontrolliert: 28.08.2012.

<sup>236</sup> Vgl. den Internetauftritt der fiktiven Künstler-„Agentur für Glamour“ auf <http://module.zdf.de/programm/ein-mann-ein-fjord/agentur-fuer-glamour/>, der im Rahmen des TV-Films *Ein Mann ein Fjord* eingerichtet wurde. Link kontrolliert: 28.08.2012.

<sup>237</sup> Vgl. [www.stern.de/erichsen/bjoern/wenn-der-thomas-mit-dem-boris-656303.html](http://www.stern.de/erichsen/bjoern/wenn-der-thomas-mit-dem-boris-656303.html) vom 01.03.2009. Link kontrolliert: 28.08.2012.

<sup>238</sup> *Der Schuh des Manitu* (2001). Regie: Michael Herbig. herbX. Auftritt in der *Bullyparade* unter <http://www.youtube.com/watch?v=mLTpJ45UfGQ>. Link kontrolliert am 28.08.2012.

<sup>239</sup> Eine Abbildung befindet sich im Anhang, Seite XXII (Abb. 2).

Hülle, Hülle“ als Anspielung auf Wolfgang Petrys *Wahnsinn*.<sup>240</sup> Für die Entschlüsselung der Botschaft ist es also nötig, zum einen den Kampagnenstil von *Lucky Strike* zu kennen; zum anderen muss der Titel bekannt sein – wiederum ein Beispiel für den hohen Bekanntheitsgrad von Schlagertiteln in der Bevölkerung.

2007 sang Matthias Reim „Verdammt, ich hab nix, ich miet bei Sixt“, als Parodie auf seinen größten Hit *Verdammt, ich lieb dich*.<sup>241</sup> Die Werbeagentur *Jung von Matt* hatte den insolventen Schlagersänger als Testimonial gewinnen können. In einem Spot wird Reim gezeigt, wie er in einem weißen Leinenanzug ein weißes Mercedes-Benz Cabrio steuert.<sup>242</sup> Als Parodie ist der Clip nicht nur anhand des Textes zu erkennen, in dem es darum geht, dass man für einen Mietwagen der Firma Sixt immer genug Geld habe, sondern auch, weil sich z. B. die Räder des Mercedes nicht drehen, der Spot ist absichtlich unprofessionell gefilmt und geschnitten. Viele Videoclip-Klischees werden bedient, z. B. regnet es BHs auf die Motorhaube, Models tanzen um Reim herum. Teil der Kampagne war auch eine Website, die, wenn man auf die einzelnen Bestandteile klickte, wie schlecht konstruierte Theaterkulissen in sich zusammenfiel.<sup>243</sup>

Offenbar sind zumindest die erfolgreichsten Schlager der letzten fünf Jahrzehnte noch so weit im Bewusstsein der Bevölkerung präsent, dass man sie parodieren kann.

## 5. Schlager im Unterricht

In den vorangegangenen Kapiteln konnte gezeigt werden, über welche Bandbreite das Schlagergenre sowohl thematisch als auch musikalisch verfügt. Über alle Jahrzehnte des letzten Jahrhunderts war der Schlager präsent, auch im 21. Jahrhundert ist er nicht verschwunden. Mit seinen häufig einfachen und repetitiven Strukturen, Texten und Melodien eignet er sich hervorragend zum Memorieren. Diese Eigenschaft und viele weitere kann man im Unterricht Deutsch als Fremdsprache fruchtbar nutzen. Entsprechend widmet sich das fünfte Kapitel der praktischen Anwendung im Unterricht. Nach einigen Worten zur Nützlichkeit von Musik im Allgemeinen und Schlagern im Besonderen für die Vermittlung von Wissen und die Verbesserung der Fertigkeiten folgt eine Ideensammlung zu möglichen Einsätzen von Schlagern in Lehrveranstaltungen. Zwei detailliertere Unterrichtsentwürfe helfen im Anschluss, die Ideen

---

<sup>240</sup> Auch diese Abbildung findet sich im Anhang, Seite XXII (Abb. 3), inklusive einer mustergültigen Anzeige für die *Lucky-Strike*-Kampagne.

<sup>241</sup> Vgl. 3.8. Vgl. auch GRABOWSKY/LÜCKE (2008:41). Danach hatte er 30 Millionen DM Schulden angehäuft.

<sup>242</sup> Eine Abbildung des passenden Printmotivs findet sich im Anhang, Seite XXIII (Abb. 4). Dazu zeigt ein Spaß-Aushang an einer Berliner Straßenlaterne, dass Matthias Reim auch heute noch in den Köpfen präsent ist (Abb. 5).

<sup>243</sup> Vgl. die Berichterstattung auf der Onlineplattform des Marketingbranchenblattes HORIZONT unter [http://www.horizont.net/aktuell/agenturen/pages/protected/Matthias-Reim-singt-fuer-Sixt\\_71644.html](http://www.horizont.net/aktuell/agenturen/pages/protected/Matthias-Reim-singt-fuer-Sixt_71644.html) sowie etwa auf SPIEGEL online: <http://www.spiegel.de/panorama/leute/matthias-reim-verdammt-ich-mach-mich-laecherlich-a-501427.html>. Links kontrolliert: 08.08.2012. [www.verdammt-ich-hab-nix.de](http://www.verdammt-ich-hab-nix.de) ist leider nicht mehr verfügbar und wurde aus der Erinnerung geschildert.

zu konkretisieren. Dabei behandelt der erste Entwurf vorrangig die Vermittlung von Lexik, explizit die Einführung der Wochentage im Anfängerbereich. Im zweiten Vorschlag stehen die Umweltproblematik und ihre Verarbeitung in den Schlagern der späten 1960er- bis 1980er-Jahre im Fokus. Diese Einheit eignet sich eher für Lernende auf dem Niveau B2<sup>244</sup>. Bei beiden Planungen ist es nötig, das Schlagergenre als solches zu thematisieren, im ersten Falle kurz, im zweiten länger. Das Kapitel schließt mit einer kurzen Zusammenfassung.

## 5.1 Gründe für Musik im Unterricht

Musik bringt Spaß in den Fremdsprachenunterricht – und liefert nebenbei Informationen über ein Land, eine Region, eine Stadt, zumindest unbewusst.<sup>245</sup> Vordergründig geschieht dies über den Text in der jeweiligen Sprache. Doch auch Themenauswahl, Rhythmisierung und schließlich auch die Rezeption in der Region können genutzt werden, um letztere besser kennenzulernen.

„Lieder fördern außerdem das Lernen über mehrere Kanäle und tragen zu einer besseren Verankerung von Wörtern und Wendungen bei.“<sup>246</sup> Die Verbindung aus Musik und Text macht es leichter, Texte auswendig zu lernen: Wenn die Melodie eingängig ist und die Lernenden Lust darauf bekommen, das Lied öfter zu hören, schleifen sich ganz unbewusst die Lautketten ein. Dieses Phänomen ist vielen aus der Kindheit bekannt, als man fremdsprachliche Texte innerlich einfach so umformte, dass sie in der Muttersprache Sinn ergaben<sup>247</sup>. Zumindest ist es möglich, zunächst mitzusummen und dann den projizierten Text Stück für Stück durch den wahren zu ersetzen. Das Verstehen des Textes erfolgt also in einem zweiten Schritt, die Melodie ist der Türöffner für den Text und hilft dabei, ihn im Gedächtnis zu behalten. Hilfreich ist es, wenn zumindest der Refrain direkt verstanden wird, um einen ersten textlichen Zugang zu eröffnen. Wenn es den Lernenden jedoch erst einmal gelungen ist, ein vollständiges Lied auf Deutsch mitzusingen, unabhängig davon, ob sie es in Gänze verstehen oder nicht, dürfte sich ein Erfolgsgefühl einstellen, das zum Weiterlernen motiviert.<sup>248</sup>

Die oft kritisierte<sup>249</sup> vermeintliche Unterkomplexität der Texte wird hier zur Stärke: Schlagertexte werden oft möglichst nah an der Umgangssprache verfasst, mit geringen Modi-

---

<sup>244</sup> Nach dem Gemeinsamen europäischen Referenzrahmen (GER), vgl. <http://www.goethe.de/z/50/commeuro/302.htm>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>245</sup> Vgl. COSTA PEREIRA 2009:1.

<sup>246</sup> A.a.O.

<sup>247</sup> Spätestens seitdem mehrere Radiosender, darunter Radio FFN, daraus ein Spiel gemacht haben, gibt es Online-Blogs zu diesem Thema, z. B. <http://omafielinsklo.podspot.de/?s=oma+fiel+ins+klo> (Link kontrolliert: 30.08.2012): „Oma fiel ins Klo“ ist die Verballhornung der Zeile „All my feelings grow“ aus *Midnight Lady* von Chris Norman. Sie gab dieser Kategorie ihren Namen.

<sup>248</sup> Vgl. COSTA PEREIRA 2009:1.

<sup>249</sup> Vgl. für die Auseinandersetzung zwischen Adorno und White den Beginn der Einleitung (S. 1).

fikationen, um ein Metrum beizubehalten oder einen Reim zu erzeugen. Auf der einen Seite können also Textzeilen helfen, Vokabeln zu lernen, weil sie nicht isolierte Wörter mit Übersetzung liefern, sondern lexikalische Elemente im Zusammenhang präsentieren. Auf der anderen Seite helfen die Reime und die metrische Struktur, sie sich zu merken.

Doch in der Praxis gibt es einige Aspekte zu beachten: Widerspricht der Song gänzlich dem Geschmack der Lerngruppe, wird es schwierig, einen Ansatzpunkt zu finden, das Lied im Unterricht sinnvoll zu nutzen. Ist der Text zu schwierig, kann sich die Motivation schnell in Frustration wandeln. Im schlimmsten Falle fällt das Fazit der Lernenden verheerend aus: *Die Deutschen hören aber seltsame Musik!* Um dem vorzubeugen, sind eine auf die Lerngruppe abgestimmte Auswahl und eine Verortung im Kontext notwendig. Dazu gehört auch, dass man Diskussionen über einen Titel oder eine Kategorie wie den Schlager nachzeichnet. Man könnte auch in der Lerngruppe diskutieren, denn die Verbindung aus instrumentalen Tönen und einem Text dürfte über die meisten Kulturen hinweg bekannt sein. Ein interkultureller Meinungs austausch ist mithin leicht möglich, muss sich doch niemand erst in die Materie grundsätzlich einarbeiten.

Musik schult alle Fertigkeiten: Neben einem vielfältigen Hörerlebnis (Musik, Text, ggf. Geräusche) eröffnen Musikstücke die Möglichkeit des Mitlesens, Mitsingens, der Meinungsäußerung in schriftlicher oder mündlicher Form u. v. m. Rhythmus und Metrik der gesprochenen Sprache können gut eingeübt werden, solange das Stück nicht zu viele Tonbeugungen aufweist.<sup>250</sup> Kreative Arbeitsformen bieten sich zudem an. So können Texte fortgesetzt oder umgeschrieben werden. Wenn viele passionierte und couragierte Sänger/innen anwesend sind, kann sogar die Musik neu interpretiert werden. Auch taktile Ausdrucksformen und Tanz mögen sich für einige Lerngruppen eignen. Hin und wieder kann sich Musik auch für reine Entspannungsphasen anbieten, wenn auch meist die Zeit dafür fehlen dürfte. Zudem liegt gerade in der Verbindung aus einer entspannten Lernatmosphäre, einer Multikanalansprache und einem Lernfortschritt die Attraktivität des Musikeinsatzes im Unterricht. Die genannte Multikanalansprache kann auf vielfältige Weise erfolgen: Hören und Mitlesen, Hören und Singen (im Sinne der Fertigkeit Sprechen), aber auch Hören und Sehen (z. B. durch einen Videoclip oder einen Filmausschnitt, in dem Elemente aus dem Liedtext visualisiert werden)<sup>251</sup>. Wie für alle Methoden gilt auch hier, dass ein maßvoller Einsatz geboten ist. Ein *Schlager des Tages* als Einstieg in jeden Unterrichtstag o. Ä. dürfte sich schnell abnutzen. Wenige Lieder pro

---

<sup>250</sup> Vgl. FISCHER 2007:42: „Ein Lied darf keine falsche Aussprache automatisieren.“

<sup>251</sup> Vgl. a.a.O.

Kurs, die nuancenreich besprochen und bearbeitet werden, können dagegen eine gute Abwechslung zu rein schriftlichen Übungen darstellen.

## 5.2 Überblick zu möglichen Unterrichtsthemen um den Schlager

Für die Titelauswahl nennt COSTA PEREIRA Kriterien<sup>252</sup>, die es zu beachten gilt. Danach sollten die Texte nicht zu lang sein. Diese Anforderung erfüllen viele Schlager, die über einen sich oft wiederholenden Refrain verfügen. Sie sollten nicht zu langsam sein, um die Aufmerksamkeit zu erhalten, aber auch nicht zu schnell, um ein Textverständnis sicherzustellen. Auch auf eine klare Artikulation und eine standardnahe Grammatik, Prosodie und Stilebene, also nicht allzu viele Ellipsen oder vulgäre Ausdrücke, sollte geachtet werden, es sei denn, es geht um die explizite Thematisierung von Umgangssprache bzw. bestimmter Register.<sup>253</sup> Darüber hinaus ist darauf zu achten, Originalversionen zu nutzen, keine speziellen Didaktisierungen, um Authentizität zu gewährleisten. Gerade populäre Musik kann den Lernenden im Alltag wiederbegegnen, damit eröffnen sich Vertiefungsmöglichkeiten für den Lernstoff über den Unterricht hinaus. Dafür ist es nötig, dass die Lernenden die Lieder direkt als bekannt identifizieren. Vorentlastungen und Arbeitsblätter können die Komplexität abmildern, ohne das Werk abändern zu müssen. Schließlich sollten Lieder nicht als reines Mittel zum Zweck der Grammatik- oder Lexikvermittlung genutzt werden. Eine inhaltliche Kongruenz mit einem landeskundlichen bzw. alltagsbezogenen, pragmatischen Aspekt (Geschichtsthemen, aber auch der Besuch im Restaurant, Treffen mit Freunden, Ausdruck von Gefühlen) unterstreicht die Relevanz des Stücks für den Lernenden. Musik macht Landeskunde erlebbar, Stimmungen und Wertvorstellungen werden über Titel transportiert. Diesen Gesichtspunkt auszublenken, bedeutete, die Stärken von Musik im Unterricht nicht vollends auszunutzen.

Um eine Ideensammlung für Musik im Unterricht zu beginnen, lohnt zunächst ein Blick in populäre Lehrwerke für Deutsch als Fremdsprache. Der Einsatz von Musik kommt darin von Zeit zu Zeit vor, Schlager allerdings sehr selten. In *Passwort Deutsch 2* von 2001 findet sich zumindest *ein* Schlager: *Ich hab noch einen Koffer in Berlin* leitet Lektion 12 mit dem Titel „Eine Reise nach Berlin“<sup>254</sup> ein. Die Teilnehmer/innen wählen aus vorgegebenen Adjektiven die passenden aus („traurig“, „lustig“, „altmodisch“ usw.) und kreuzen anschließend zwei von sechs Aussagesätzen an, die sie für richtig halten (z. B. „Sie ist unglücklich, weil sie Paris nicht schön findet“ oder „Sie ist wütend, weil ihr Koffer in Berlin bleiben muss“).

---

<sup>252</sup> Vgl. COSTA PEREIRA 2009:2.

<sup>253</sup> Vgl. FISCHER 2007:42.

<sup>254</sup> *Passwort Deutsch 2*. Kurs- und Übungsbuch. 2001:68.

Ziel der Übungen ist es, Bewertungen zu formulieren bzw. zu beurteilen. Dazu sollte laut Lehrerhandbuch die Wortstellung in Nebensätzen wiederholt werden. Das Lied dient dem Einstieg in das Thema Berlin. Im Lehrerhandbuch wird darauf verwiesen, dass die „KT das Lied natürlich auch gemeinsam einüben und selbst singen [können].“<sup>255</sup>

In den drei Bänden der Grundstufe von *Plus Deutsch* gibt es jeweils ein Kapitel über Musik. Von Band zu Band unterscheiden sich aber die Zielrichtungen deutlich voneinander. Im ersten Teil soll vermittelt werden, wie man seine Meinung und seine Präferenzen zum Ausdruck bringt: „Ich höre gern italienische Opern, die gefallen mir.“<sup>256</sup> Dazu wird das Modalverb *mögen* eingeführt und die schwache Adjektivflexion geübt, zunächst in Bezug auf Nationalitäten („ein deutscheses Lied / eine italienischee Oper“<sup>257</sup> etc.), dann allgemein („Morgen gibt es ein gutes Konzert“<sup>258</sup>). Im Lehrerhandbuch wird dazu angeregt, die Lieblings-CDs der Teilnehmer/innen im Unterricht anzuspielden, damit über diese diskutiert werden kann.<sup>259</sup> Die sonst eher wenig spektakuläre Aktivität des Formulierens allgemeiner Aussagen wie „Ich mag Jazz. Und du?“ wird auf diese Weise um ein Stück konkreter Lebenswirklichkeit bereichert. Das sorgt für einen lebendigeren Unterricht mit Identifikations- und Motivationspotenzial, solange die Teilnehmer/innen dieser Gelegenheit mit Offenheit begegnen. Es empfiehlt sich für die Lehrperson zudem, die mitgebrachten Musikstücke vor dem Unterricht zu kennen, um auszuschließen, dass unkontrollierte Konflikte zwischen Teilnehmer/innen aufgrund eines Textes oder eines anderweitig umstrittenen Stücks entstehen.

In *Plus Deutsch 2* werden die Comedian Harmonists thematisiert. War die Beschäftigung mit Musik im ersten Band noch sehr allgemein gehalten, wird nun eine konkrete Musikgruppe vorgestellt. Dies geschieht anhand (pseudo-)authentischer Textausschnitte, die die Leser/innen einer der aufgelisteten Textsorten zuordnen sollen.<sup>260</sup> Es handelt sich um einen Lexikoneintrag, den Einlaufertext eines Zeitschriftenartikels sowie zwei unterschiedlich geartete Auszüge aus Interviews, wobei das Lehrerhandbuch teilweise mehrere Antworten zulässt.<sup>261</sup> In einer zweiten Aufgabe werden die Teilnehmer/innen gebeten, Aussagen als richtig oder falsch zu bewerten. Damit wird geprüft, welche Inhalte sie aus den Texten herausgefiltert haben (Lesekompetenz). Die Lektion mündet in einem Hörbeispiel, dem Schlager *Wochenend' und Sonnenschein*. Aufgabe ist es, dem Text zu lauschen und einen klassischen Lückentext zu ergänzen. Nur sechs Lücken gilt es zu füllen. Das Lehrerhandbuch

---

<sup>255</sup> *Passwort Deutsch 2*. Lehrerhandbuch. 2009:60.

<sup>256</sup> *Plus Deutsch 1*. Lehr- und Arbeitsbuch. 2000:89.

<sup>257</sup> Ebd.:88.

<sup>258</sup> Ebd.:89.

<sup>259</sup> Vgl. *Plus Deutsch 1*. Lehrerhandbuch. 1999:31.

<sup>260</sup> *Plus Deutsch 2*. Lehr- und Arbeitsbuch. 1999:138f.

<sup>261</sup> Vgl. *Plus Deutsch 2*. Lehrerhandbuch. 2000:49.

beschränkt sich auf Tipps zur Erklärung einiger Vokabeln<sup>262</sup>, eine weitergehende Beschäftigung mit dem Titel bleibt der Lehrkraft überlassen. Unter dem Songtext findet sich für die Lernenden ein kleiner Hinweis: „Benutzen Sie einen Walkman, hören die Kasette zum Lehrbuch oder deutsche Schlager – auch wenn Sie von den Texten nur einige Wörter verstehen.“<sup>263</sup> Diese ob der genannten Medien ein wenig anachronistisch wirkende Aufforderung verdiente es, ausgebaut zu werden: So könnten z. B. einige weitere Schlager durch kleine Projektgruppen vorgestellt werden, z. B. jeweils ein Schlager der 50er, der 70er und der 90er als Ergänzung zum Dreißigerjahresschlager, damit die Teilnehmer/innen die Chance erhalten, den kleinen Hinweis, der schnell in Vergessenheit geraten dürfte, praktisch durchzuspielen. Ist die Gruppe aufgeschlossen für kreative Aufgabenstellungen, könnten auch kleine Playbackauftritte mit Perücke und zeittypischen Accessoires vorbereitet und vorgespielt werden, um reguläre Referate ein wenig zu bereichern. Das Eis dürfte gebrochen sein, nachdem eine Person als *Star* aufgetreten ist, sodass im Anschluss durch andere Gruppenmitglieder einige Fakten über den Interpreten, die Entstehungszeit oder das Werk einem aufmerksamen Publikum vortragen werden können. Auch Grammatikübungen erhalten einen frischen Anstrich, wenn sie von Entertainmenteinlagen gesäumt werden. Wie gesagt, eignet sich nicht jede Gruppe für darstellendes Spiel dieser Art, auch muss ein gewisser zeitlicher Horizont zur Verfügung stehen, um zumindest ein- bis zweimal üben zu können. Möchte man sich nicht auf die Zeitreise mit Schlagerbegleitung machen, bietet sich wiederum Max Raabe an, um eine Brücke von den Liedern der 1930er-Jahre in die heutige Zeit zu schlagen. Beispielsweise das Goethe-Institut bietet dazu Materialien (vgl. 3.9).

*Plus Deutsch 3* deckt schließlich ein recht großes Spektrum des Schlagers ab. Zum Thema *Fernsehen* gibt es im sechsten Kapitel immerhin einen Informationstext über den *Musikantenstadl*.<sup>264</sup> Doch in der elften Lexikon finden sich zahlreiche Schlager in den Übungsaufgaben: Ein Auszug aus *Ein Schiff wird kommen* aus den 1960er-Jahren wird eingespielt. Dieser dient im Folgenden zur Vermittlung der Struktur von Relativsätzen, inklusive einer Wiederholung der Relativpronomina und der Stellung von Präpositionen in Sätzen dieser Art.<sup>265</sup> Leider werden weder die Entstehungsumstände betrachtet noch gibt es Informationen zur Sängerin Lale Andersen. Das ist umso bedauerlicher, als im direkten Anschluss noch ein zweites Lied von ihr, *Lili Marleen*, wiederum genutzt wird, um das Relativpronomen zu üben. Zwar gibt es einen Informationskasten zum *Volksempfänger* und zum sechzigjährigen Bestehen des deutschsprachigen Radioprogramms der BBC im Jahre 1998.<sup>266</sup> Doch mehr Anre-

---

<sup>262</sup> Vgl. a.a.O.

<sup>263</sup> *Plus Deutsch 2*. Lehr- und Arbeitsbuch. 1999:140.

<sup>264</sup> *Plus Deutsch 3*. Lehr- und Arbeitsbuch. 1999:65.

<sup>265</sup> Ebd.:103–106.

<sup>266</sup> Vgl. ebd.:107.

gungen finden sich dazu nicht. Es hängt allein von der Lehrkraft ab, dieses Thema auszubauen. Gerade *Lili Marleen* eignet sich hervorragend für den Deutschunterricht, da das Lied in diverse Sprachen übersetzt wurde und einen hohen Bekanntheitsgrad erreichte (vgl. 3.2). Glücklicherweise bietet ARTE in der Sendereihe *Karambolage* einen kurzen, aber sehr amüsanten und informativen Beitrag zu *Lili Marleen* an.<sup>267</sup> Eine Unterrichtseinheit zu diesem Stück, das während des Krieges auf allen Seiten der Front gehört wurde, erscheint lohnenswert.

Die betrachteten Lehrwerke sind über zehn Jahre alt. In den aktuellen Versionen werden noch weniger Schlager behandelt als in den Werken der 1990er. Selbst, wenn der Kontext es nahelegte, verzichten die Autoren darauf. Z. B. gibt es in *Sicher BI* aus dem Jahr 2012 eine ganze Lektion zum Thema Feiern.<sup>268</sup> Die Teilnehmer/innen lernen dort, wie man Gäste einlädt, eine Party plant und worum es sich beim Münchener Oktoberfest handelt. Es werden alle Fertigkeiten abgedeckt, manche gar zweimal. Doch ein passendes Lied findet sich nicht. Auch im *em neu Brückenkurs* (2008; aus demselben Verlag und von derselben Autorengruppe wie *Sicher BI*) stößt man auf ein Kapitel zu Festen, kombiniert mit Bräuchen. Hier wird ein Radiobericht zum Oktoberfest vorgestellt, doch Musik sucht man auch in diesem Zusammenhang vergebens.<sup>269</sup> In einer anderen Lektion wird Georg Kreislers Lied *Wenn alle das täten...* genutzt, um den österreichischen Akzent vorzustellen und Empfehlungen zu üben.<sup>270</sup> Zum einen wird damit wiederum das Lied als Werk nicht beachtet, sondern dient als Mittel zum Zweck. Zum anderen handelt es sich bei Kreisler nicht unbedingt um einen Schlagersänger. In *Studio D 2* aus dem Cornelsen Verlag gibt es im Kapitel über Feste immerhin *Was soll ich ihr schenken* von den Prinzen<sup>271</sup>. Insgesamt sieht es hinsichtlich der Schlagerpräsenz in den gängigen aktuellen Werken dürftig aus.

Dabei wären die Einsatzmöglichkeiten äußerst vielfältig. Hat man es etwa mit einer Gruppe zu tun, die englische Musik zu hören gewohnt ist, könnte man ein *Schlager-Original-Memory* zur Einstimmung auf das Schlagerthema mithilfe einer PowerPoint-Präsentation durchführen. Dazu versteckt man fünf Liederpaare, jeweils bestehend aus Original und Adaption, wobei es keine Rolle spielt, ob die deutsche Version Original oder Coverversion ist, auf einer projizierten Tafel; z. B. *Let the Love flow* und *Ein Bett im Kornfeld* eignen sich dafür. Die Felder sind nach Bingo-Art nummeriert (Spalten A und B sowie Zeilen 1 bis 5). Es spielen drei Gruppen gegeneinander, die Gruppenmitglieder dürfen jeweils nacheinander

---

<sup>267</sup> Vgl. <http://www.arte.tv/de/4196222,CmC=4196268.html>. Link kontrolliert: 06.08.2012. Sendung Nr. 246 vom 16.10.2011. Erstellt von Hajo Kruse.

<sup>268</sup> Vgl. *Sicher BI*. Kursbuch. 2012:19–28.

<sup>269</sup> Vgl. *em neu Brückenkurs*. Kursbuch. 2008:33–44, bes. 40.

<sup>270</sup> Vgl. ebd.:14.

<sup>271</sup> Vgl. *Studio D 2*. Kursbuch. 2006:164ff.

entscheiden, welche Felder umgedreht werden. Sie nennen dazu die Feldnummer und die Kursleitung klickt an. Zwei Musikausschnitte ertönen. Wurde richtig geraten, wird per Klick eine Animation gestartet, die dafür sorgt, dass die entsprechenden Felder verschwinden. Für richtige Antworten werden Punkte verteilt. Neben dem Spaß- und Unterhaltungsfaktor hätten die Teilnehmer/innen die Möglichkeit, Absprachen in der Gruppe zu üben. Außerdem können sie ggf. ihr Vorwissen einbringen.

Hat man einen Schlager mit einer einfachen Melodie vorgestellt, kann die Kursleitung die Aufgabe stellen, einen neuen Text dafür schreiben zu lassen, der zum Stundenthema bzw. zur Einheit passt. Wenn die Kursmitglieder mit dem Schlager als Kategorie vertraut sind, kann man von Zeit zu Zeit darauf zurückgreifen.

Für die Vermittlung der Jahreszeiten bietet sich *Bitte glaub es nicht* von Monica Morell an. Eine Unterrichtseinheit damit könnte analog zum in 5.3 vorgestellten Entwurf für Wochentage ablaufen.<sup>272</sup> Zusätzlich eignen sich viele Schlager für die Vermittlung von Grammatikphänomenen, so etwa *Ich wollt, ich wär ein Huhn* – eingebettet in eine Lektion über die Comedian Harmonists und/oder die 1930er – für die Übung des Konjunktivs II.

### 5.3 Unterrichtsentwurf I: Lexikvermittlung anhand von *Sieben einsame Tage*

Nach der Ideensammlung wird nun ein Unterrichtsentwurf zur Vermittlung der Wochentage im Anfängerunterricht mithilfe des Schlagers *Sieben einsame Tage* von Illo Schieder en détail vorgestellt. Das Konzept von Songtexten, die Wochentage aufzählen und mit positiven oder negativen Assoziationen verknüpfen, funktioniert international und seit Jahrzehnten.

Vor einiger Zeit war bspw. *I will love you Monday* von Aura Dione in den Charts. Der recht kurze Text beschreibt eine stürmische Liebesgeschichte: „I will love you Monday / And you will hurt me Tuesday / I will kill you Thursday / If you don't stop me Wednesday / Forgive you on a Friday / Reunion on a Saturday / Forgotten all on Sunday“<sup>273</sup>. Für Englischler dürfte diese Reihung eine Herausforderung darstellen, sind doch Donnerstag und Mittwoch vertauscht. Trotz seines übersichtlichen Umfangs ist das Stück also für den Unterricht nur bedingt geeignet. *Friday I'm in Love* von The Cure (1979) berichtet von einer ähnlichen Liebesgeschichte mit Höhen und Tiefen, erzählt aber chronologisch. Der Italiener Bruno Filippini singt bereits 1964 vom *Sabato Sera*, vom Samstagabend, auf den er sich be-

---

<sup>272</sup> Vgl. eine Aufnahme aus der ZDF-Hitparade: <http://www.youtube.com/watch?v=kkG8AXLxwWM&feature=related>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>273</sup> <http://www.magistrix.de/lyrics/Aura%20Dione/I-Will-Love-You-Monday-410410.html>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

reits die ganze triste Woche über freut. Die Diskrepanz zwischen der unerfreulichen Zeit von Montag bis Freitag und dem heiteren Wochenende wird auch in der Melodie umgesetzt. Weitere Lieder in mehreren Sprachen nach diesem Schema wären zu nennen.

Bei deutschen Stücken nach dem Wochentagsmuster fällt auf, dass das Happy-End mitunter ausbleibt. So beklagt sich Daliah Lavi in *Oh, wann kommst du* darüber, dass jeder Tag dem anderen gleiche und sie ohne Unterlass auf die große Liebe warte, ohne je Erfüllung zu finden: „Für mich sieht der Sonntag wie Montag aus / Der Alltag ist überall zu Haus / Jeden Tag dasselbe Spiel // Vielleicht gibt es irgendwo einen Sinn / Und irgendwer weiß den Weg dorthin, wo Liebe wohnt“, heißt es darin.

Um das Warten auf die große Liebe dreht es sich auch in Illo Schieders *Sieben einsame Tage* von 1955. Es handelt sich dabei um eine Adaption des amerikanischen Hits *Seven lonely Days* von Georgia Gibbs aus dem Jahr 1953. Das Original ist eine einzige Klage: „Seven hankies blue / I filled with my tears / Seven letters too / I filled with my fears // Guess it never pays to make your lover blue / Seven lonely days / I cried and cried for you / (Chor: And cried for you)“ – das lyrische Ich wurde verlassen und leidet unter Liebeskummer. Ein Chor unterstreicht noch die Stimmung: Er singt „boohooohoo“. Auch die deutsche Version ist nicht positiv, aber immerhin ist ein guter Ausgang noch möglich, auch wenn er nicht bereits während der erzählten Zeit eintritt: „Sieben einsame Tage und noch viel mehr / Sieben einsame Nächte, mein Herz ist schwer. // Eine Woche verloren und noch allein / Ich bin nicht geboren zum Einsamsein“, fasst hier der Chor zusammen. Innerhalb der Strophen, die die Sängerin intoniert, wird nun der Wochenverlauf dargestellt. Kein Tag ist der Ich-Erzählerin recht: „Montag ist ein Tag / Den ich gar nicht mag / Dienstag ist wie Montag / Der Mittwoch eine Plag?! // Donnerstag ist grau / Der Freitag, Samstag blau / Aber dann am Sonntag / Was mach ich arme Frau?“<sup>274</sup>. *Nichts* macht die arme Frau, ihr bleibt nur, auf die Liebe zu warten.

Betrachtet man das Lied hinsichtlich seiner Komplexität, wird recht schnell deutlich, dass es in einem neutralen Alltagsstil geschrieben ist. Die Kürzung von „Plage“ zu „Plag“ erscheint eigenwillig, aber nicht schwer verständlich. Die einzige Leerstelle bildet die Zeile „Der Freitag, Samstag blau“, da blaue Tage auf Deutsch eine positive Konnotation besitzen, schließlich denkt man an einen blauen Himmel und Sonnenschein, der Kontext hier aber nahelegt, dass auch Freitag und Samstag keine Besserung der Situation versprechen. Eventuell handelt es sich dabei um eine allzu plumpe Übersetzung von „make your lover blue“, was korrekt zu übersetzen wäre im Sinne von „seinen Liebhaber traurig stimmen“. Übersetzt man „blue“ wörtlich, geht der Sinn verloren. Über diese Stelle ließe sich gut im Unterricht disku-

---

<sup>274</sup> Der komplette Text findet sich im Anhang (XXIV).

tieren, weil die Teilnehmer/innen ihrer Phantasie freien Lauf lassen und darüber ihr Sprachgefühl für das Deutsche schulen könnten. Der übrige Text könnte theoretisch auch Gegenstand eines Gesprächs sein. Hierin liegt die Stärke des Songs für den Anfängerunterricht: die zu vermittelnden lexikalischen Elemente, die Wochentage, kommen in hoher Frequenz und in der üblichen Reihenfolge vor. Jede Silbe ist exakt einem Ton zugeordnet, nichts wird gedehnt oder verfälscht (die einzige Ausnahme „Plag“ wurde bereits genannt). Damit sind die formalen Anforderungen an ein Lied für den Unterricht erfüllt, zumal die Interpretin sehr deutlich artikuliert.

### 5.3.1 Lerngruppe und globale Lernziele

Die angenommene Lerngruppe nimmt an einem Orientierungskurs für erwachsene Migranten unterschiedlichen Alters in Deutschland teil. Sie stammen aus verschiedenen Herkunftsländern. Viele Teilnehmer/innen (TN) wohnen schon seit längerer Zeit in Deutschland, kennen daher vieles dem Vernehmen nach, allerdings nicht immer gänzlich korrekt. Die Einheit wird auf der Stufe A1 (GER) durchgeführt. Bereits durchgenommen wurden u. a. Begrüßungen und die Vorstellung der eigenen Person, Personalpronomina, die Zahlen bis 1.000.000, Lebensmittel (einkaufen), Informationen über den Wohnort und die eigene Wohnung, das Ausdrücken der eigenen Meinung in einfachen Worten sowie weitere Basiselemente wie Artikel, Negationen, Possessivartikel und zuletzt die Uhrzeit.<sup>275</sup> Tagesaktivitäten und Vorlieben können bereits in einfache Worte gefasst werden. Die Wochentage sollen folgen. Ziel ist es, das lexikalische Handwerkszeug dazu bei den TN zu verankern. Zusätzlich sollen sie im Hörverstehen geschult werden. Schlager hören sie in diesem Unterricht zum ersten Mal. Vokabular und Redemittel rund um das Thema Singen/Lieder sind noch nicht bekannt, darum ist eine Diskussion über Schlager an dieser Stelle nicht durchführbar. Stattdessen werden die TN zum Ende der Einheit dazu angehalten, im Rahmen ihrer Möglichkeiten Handlungsalternativen zum Text aufzuzeigen, zunächst mündlich, dann schriftlich. Zu Beginn der Stufe A2 können Schlager mit einem Rückverweis auf *Sieben einsame Tage* wieder aufgenommen und dann intensiver behandelt werden. Die vorgestellte Einheit besteht aus einer Unterrichtsdoppelstunde (zu 90 Min.).

---

<sup>275</sup> Grundlage dieser Themenzuordnung bildet der Inhalt des Lehrwerks *Schritte international 1*. 2006:8–51.

### 5.3.2 Umsetzung

Phase/Zeit <sup>276</sup>	Lehrender <sup>277</sup>	Lernende <sup>278</sup>	Medien <sup>279</sup>
<p><b>Einstieg (vor dem Hören)</b></p> <p>Das Thema der vorangegangenen Stunde, Tagesabläufe, wird in der Folgestunde wiederholt und ausgebaut. Die hier vorzustellende Einheit über Wochentage ist ein Zwischenschritt, der es den TN ermöglichen wird, auch über Wochenabläufe zu sprechen. Statt mit einer Wiederholungsphase beginnt diese Stunde daher direkt mit der Vorbereitung des Musikstücks.</p>			
<p>Vorentlastung 12.00–12.10 [Sprechen]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• begrüßen/Organisatorisches</li> <li>• <i>Heute hören wir ein Lied. Was ist ein Lied?</i> (L pfeift eine Melodie.) <i>Ich singe: lalala...</i></li> <li>• <i>In dem Lied wartet eine Frau. Wer macht einmal vor, was ‚warten‘ ist? Sie?</i></li> <li>• <i>Danke! Eine Plage ist eine Sache, die man nicht mag, die aber immer wieder kommt (z. B. Rattenplage).</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN äußern Vermutungen. (P)</li> <li>• 1 TN macht es vor: Blick auf die Uhr, verschränkte Arme, tippender Fuß... (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T: <i>das Lied</i></li> <li>T: <i>singen</i></li> <li>• T: <i>warten</i></li> <li>• T: <i>die Plage</i></li> </ul>
<p><b>Während des Hörens</b></p> <p>Die wichtigsten Vokabeln sind nun bekannt, abgesehen von den Wochentagen. Diese werden nicht vorab angegeben, sondern von den TN erarbeitet. Die namenlose Ich-Erzählerin erhält den Namen Paula, um besser über sie sprechen zu können.</p>			
<p>Wiederholung „Gefühlsäußerungen“, 12.10–12.20 [Hörverstehen/ Sprechen]<sup>280</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Jetzt hören wir das Lied. Hören Sie bitte zu.</i></li> <li>• <i>Die Frau, die singt, heißt Paula. Ist Paula glücklich?</i> (Sie ist nicht glücklich, aber sie hört sich so an, die Musik ist zudem in Dur). Zur Verständnissicherung: Klärung weiterer Vokabelfragen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN lauschen. (P)</li> <li>• 2–3 TN nehmen knapp Stellung. Vermutlich: <i>Ja, sie ist glücklich.</i> (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mp3 von <i>Sieben einsame Tage</i> (0:47–1:14)</li> <li>• T: <i>Paula</i></li> </ul>

<sup>276</sup> In eckigen Klammern ist angegeben, welche Fertigkeit in der vorliegenden Phase vor allem trainiert werden soll.

<sup>277</sup> Kursiv = Äußerung.

<sup>278</sup> Sozialform: P = Plenum; PA = Partnerarbeit; GA = Gruppenarbeit; EA = Einzelarbeit. L = Lehrkraft.

<sup>279</sup> Materialien finden sich im Anhang: T = Tafelanschrieb; B = Beamer. O = Overheadprojektor; AB = Arbeitsblatt (römische Zahlen im Klammern verweisen auf Seiten im Anhang).

<sup>280</sup> Zusätzlich zu den Fertigkeiten wird in den Fußnoten angegeben, zur Erreichung welcher Kompetenz nach dem DIALANG-Konzept diese Phase beitragen soll. Um sie von anderen Fußnoten abzugrenzen, steht zu Beginn einer solchen „DIA“. Vgl. <http://www.goethe.de/z/50/commeuro/c.htm>. Link kontrolliert: 06.09.2012. Hier: „Ich kann alltägliche Äußerungen, die sich auf einfache und konkrete alltägliche Bedürfnisse beziehen, verstehen, wenn langsam, deutlich und mit Wiederholungen gesprochen wird.“ bzw. „Ich kann sehr kurze, einfache Texte mit bekannten Namen, Wörtern und grundlegenden Redewendungen verstehen, wenn ich zum Beispiel Teile des Textes noch einmal lese.“

Phase/Zeit <sup>276</sup>	Lehrender <sup>277</sup>	Lernende <sup>278</sup>	Medien <sup>279</sup>
<p>Informations- selektion: Er- arbeitung des Wortschatzes „Wochentage“ 12.20–12.35 [Hörverstehen/ Sprechen]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wirklich? Wir sehen später, ob das richtig ist. Wir hören uns das Lied gleich noch einmal an. Hier gebe ich Ihnen den Text. Leider ist er durcheinander (macht eine Wollknäuel-Armbewegg.). Bitte sortieren Sie ihn. Wie ist die richtige Reihenfolge? Schreiben Sie neben die Zahlen „A, B, C“ usw.</i></li> <li>• L notiert auf einer Folie.</li>   <li>• <i>Jetzt hören wir das Lied zum letzten Mal, aber von vorne.</i></li>   <li><i>Sie können den Text auf dem zweiten Blatt mitlesen.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN hören das Lied 2x, das erste Mal mit Unterbrechungen (à 3”) nach jeder zweiten Zeile. (EA)</li>   <li>• Zur Ergebnissicherung: 4 TN lesen vor, die anderen bestätigen. (P)</li> <li>• TN hören zu. (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 1 (Anhang: XXIV), Aufg. 1</li>   <li>• → AB 1 auf O</li>   <li>• mp3 (wie oben; 0:00–1:47)</li> <li>• AB 2 (XXV)</li> </ul>
<p><b>Nach dem Hören</b></p> <p>Die Wochentage haben nun alle TN mehrmals gehört, sie stehen in der richtigen Reihenfolge auf ihrem Arbeitsblatt und vier TN haben sie bereits selbst vorgelesen. Es findet noch eine Ergebnissicherung auf einem Lückentext-Kalenderblatt statt. Doch zuvor wird der Text des (halben) Liedes auf Verständnisschwierigkeiten überprüft und die Frage nach Paulas Stimmung geklärt.</p>			
<p>Globales Lesen, mündliche Meinungs- äußerung 12.35–12.55 [Leseverstehen/Spre- chen/Hörverstehen]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bitte lesen Sie den Text einmal vor. Unterstreichen Sie, was Sie nicht verstehen.</i></li>   <li>• <i>Jetzt lesen wir es noch einmal. Wer macht vor, was passiert?</i></li>   <li>• <i>Finden Sie immer noch, dass die Frau glücklich ist?</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN lesen abschnittsweise, unterstreichen Unbekanntes. Im Klassengespräch werden unbekannte Wörter geklärt, L unterstützt. (P)</li> <li>• 1 TN macht mimisch/gestisch den Inhalt vor.</li>   <li>• TN nehmen kurz Stellung. (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 2 (XXV)</li>   <li>• s. o.</li>   <li>• s. o.</li> </ul>
<p>Ergebnis- sicherung 12.55–13.05 [Schreiben/sprechen]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Unten auf Arbeitsblatt 1 ist ein Kalender. Tragen Sie bitte die Namen der Tage ein (8’). Lesen Sie sie vor.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN tragen die Tage ein. (EA, ggf. PA)</li> <li>• TN nennen die Tage in der richtigen Reihenfolge.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 1, Aufg. 2 (XXIV); T: <i>der Kalender Montag Die...</i></li> </ul>

Phase/Zeit <sup>276</sup>	Lehrender <sup>277</sup>	Lernende <sup>278</sup>	Medien <sup>279</sup>
Verknüpfung des Vorwissens mit dem Neuen; Übungsphase 13.05–13.30 [Schreiben/sprechen] <sup>281</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L erklärt die Präposition „am“ vor Wochentagen.</li> <li>• <i>Paula muss immer nur warten. Überlegen Sie: Was könnte sie alles machen?</i> L notiert drei Ideen aus dem Plenum an der T. Und weist auf die Position des Tages im Satz hin.</li> <li>• <i>Gibt es noch Fragen?</i></li> <li>• <i>Bitte schreiben Sie jetzt acht Tätigkeiten auf, die die Frau machen kann. Arbeiten Sie mit Ihrem Nachbarn zusammen. Anschließend (nach 15') hören wir, was Sie meinen.</i></li> </ul>	<p>(P)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TN nennen etwa drei Beispiele, vielleicht: <i>Paula geht am Sonntag ins Kino. Sie hört am Montag Musik.</i> (P)</li> <li>• TN stellen ggf. Fragen. (P)</li> <li>• TN schreiben in Kooperation. (PA)</li> <li>• TN stellen ihre Texte dem Plenum vor. (PA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T: Vorhandenes Tafelbild wird ergänzt: <i>am Montag am Dien...</i></li> <li>• T: <i>Was kann die Frau machen?</i></li> <li>• AB 2, Aufg. 3 (XXV).</li> <li>• T: Mitschrift durch einen TN</li> </ul>

#### 5.4 Unterrichtsentwurf II: Die Umweltproblematik im Spiegel des Schlagers

Der Klimawandel und die weltweite Umweltzerstörung sind in den Medien sehr präsent. Die sogenannte *Energiewende*, in deren Rahmen der schnellere Atomausstieg in Deutschland beschlossen wurde, wird in der Bundesrepublik und darüber hinaus diskutiert. Das Thema Umweltschutz verfügt über eine hohe Relevanz und Aktualität. Auch im Bereich der Landeskunde erhält es von daher mehr und mehr Beachtung.<sup>282</sup>

Das Thema Umweltzerstörung findet sich seit den späten 1960er-Jahren auch im deutschen Schlager. Alexandra spricht 1968 in *Mein Freund, der Baum* den zerstörerischen Eingriff des Menschen in die Natur an. Damit ist sie ihrer Zeit fast ein wenig voraus. Zwar handelt es sich bei dem Motiv *Liebe zur Natur* keineswegs um ein neues. Seit Jahrhunderten wird darüber in zahlreichen Liedern gesungen. Die Personifizierung eines alten Baumes zum Freund aus Kindheitstagen, der achtlos geschlagen wird und sein Leben verliert, um seinen Platz zu räumen die für neuen „grauen Mauern“ eines Hauses, bringt jedoch einen neuen Aspekt in den Schlager: die Achtung der Natur. Im fortschrittsgläubigen Deutschland der 1960er-Jahre, das dürfte für Ost und West gelten, steht die moderne Stadt im Fokus der Politik und der Wirtschaft. Das Land wird gebraucht, um in der industriellen Landwirtschaft

<sup>281</sup> DIA: „Ich kann einzelne, einfache Ausdrücke und Sätze schreiben.“

<sup>282</sup> So bietet u. a. der Hueber-Verlag eine komplette Landeskundeinheit über Mülltrennung an. Vgl. <http://www.hueber.de/sixcms/media.php/36/wiwa6-muell.pdf>. Die Bundeszentrale für politische Bildung bietet außerdem zum Thema Umwelt/Klimawandel ein großes Spektrum an Materialien an, vgl. <http://www.bpb.de/gesellschaft/umwelt/klimawandel/38554/klimapolitik-in-deutschland>. Viele weitere wären zu nennen, auch in Lehrwerken gewinnt es an Relevanz. Links kontrolliert: 06.09.2012.

Lebens- und Futtermittel herzustellen. Ein Wald ist ein Rohstoffvorrat für Holz, vielleicht noch ein Erholungsort für Städter, aber in der Wahrnehmung vieler kein schützenswerter Lebensraum, wenn es darum geht, das Leben der Menschen zu verbessern, durch Infrastrukturmaßnahmen wie Autobahn- oder Wohnungsbau. Sicher gibt es bereits in den 1960er-Jahren Gruppen, die sich für die Umwelt einsetzen; in der Politik kommt das Thema aber erst schleppend an. Erst in den 1970er-Jahren, als das Fisch- und das Waldsterben deutlich machen, dass die Industrie nicht nur zum Wohle der Erde beiträgt, gründen sich Umweltinitiativen.<sup>283</sup> Allerdings wird z. B. Greenpeace Deutschland<sup>284</sup> erst 1980, ein Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit gar erst 1986 gegründet.<sup>285</sup> Für die massenkompatible Schlagerindustrie der Spätsechziger stellt *Mein Freund, der Baum* also ein nahezu revolutionäres Lied da, wenn es auch aus heutiger Sicht nicht mehr derartig progressiv erscheinen mag, weil das Thema inzwischen allgegenwärtig ist.

Im gleichen Jahr wie *Mein Freund, der Baum* erscheint *Ich glaube* von Udo Jürgens. In elaboriertem Stil beschreibt ein lyrisches Ich seine Überzeugung: „Ich glaube, / Daß der Acker, den wir pflügen / Nur eine kleine Weile uns gehört. // Ich glaube nicht mehr an die alten Lügen / Er wär’ auch nur ein Menschenleben wert.“<sup>286</sup> Wie Alexandra (etwa *Sehnsucht/Das Lied der Taiga*), so nimmt auch Udo Jürgens neben einfachen Schlagern (z. B. *Siebzehn Jahr, blondes Haar* von 1965) vermehrt tiefgründigere Schlager mit Chansoncharakter in sein Repertoire auf. Wie bereits in Kap. 3.6 gezeigt wurde, sind die Konsumenten der 1970er bereit dafür, Liedermacher werden berühmt. Alexandra, Udo Jürgens und noch mehr Reinhard Mey tendieren zu diesem Genre deutscher Musik, ohne ganz den Schlager zu verlassen. Doch auch im konventionellen Schlager mit einfachen textlichen Strukturen werden nachdenklichere Töne angeschlagen, etwa in Katja Ebsteins *Diese Welt* (vgl. 3.6) von 1971.<sup>287</sup>

Für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache eignet sich die Verbindung aus Umwelt und Schlager in mehrfacher Hinsicht. So kann bspw. gezeigt werden, dass es in deutscher Unterhaltungsmusik im Allgemeinen und auch in Schlager im Besonderen nicht nur um Liebe und Lebenslust geht, sondern dass hier auch gesellschaftsrelevante Themen prägnant zusammengefasst dargeboten werden. Insofern bietet die ernste Thematik die Chance, das Interesse an Schlager bei an aktueller Politik Interessierten zu wecken, die durch Mickie Krause und Jürgen Drews eher von Schlager abgeschreckt werden. Im Gegenzug erlauben Schlager mithilfe ihrer eingängigen Melodien einen leichteren Einstieg in dieses hochkomple-

---

<sup>283</sup> Vgl. u. a. <http://www.scilogs.de/wblogs/blog/geo-log/phygeo/2009-11-20/globale-umweltbewegung-ein-moderner-mythos>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>284</sup> Vgl. [http://www.greenpeace.de/ueber\\_uns/30\\_jahre\\_greenpeace\\_deutschland/](http://www.greenpeace.de/ueber_uns/30_jahre_greenpeace_deutschland/). Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>285</sup> Vgl. <http://www.bmu.de/chronologie/doc/44753.php>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>286</sup> [http://www.songtextmania.com/ich\\_glaube\\_songtext\\_udo\\_jurgens\\_1.html](http://www.songtextmania.com/ich_glaube_songtext_udo_jurgens_1.html). Link kontrolliert: 06.09.2012.

<sup>287</sup> Vgl. <http://suite101.de/article/nur-zu-gast-auf-dieser-welt---umweltschutzthemen-im-schlager-a108321>. Link kontrolliert: 06.09.2012.

xe Thema als ein Zeitungsbericht, der viele Fakten enthält. Die genannten Schlager argumentieren vom Gefühl der Protagonisten her, dass man die Welt respektieren müsse, nicht aus wissenschaftlicher Sicht. Die Ursprungsjahre der hier genannten Schlager korrespondieren in etwa mit den Anfängen der Umweltbewegung, was herausstellt, dass es sich nicht um eine Modeerscheinung, sondern um eine Überzeugung handelt, die inzwischen auch in konservativen Kreisen salonfähig geworden ist. Das gilt nicht unbedingt für alle Länder der Erde. Die Bundesregierung versucht immer wieder, sich als Vorbild zu gerieren, womit sie nicht nur auf Gegenliebe stößt.<sup>288</sup>

#### 5.4.1 Lerngruppe und globale Lernziele

Wie angesprochen, dienen die Schlager zu einem Einstieg in das Thema Umweltzerstörung, das über mehrere Doppelstunden zu behandeln lohnenswert ist. Selbstverständlich wird man diesem wichtigen Thema nicht allein durch die Verarbeitung im Schlager gerecht, vor allem, da die TN nicht nur eine Sichtweise übernehmen, sondern sich im gegenseitigen Austausch eine eigene bilden sollen. Die Komplexität steigt mithin, je weiter das Thema vorangetrieben wird. Insofern bietet es sich an, eine Gruppe zu wählen, die bereits gute Vorkenntnisse im Bereich des Deutschen hat, mindestens B2 des GER. Die fiktive Gruppe ist hinsichtlich der Herkunftsländer der TN heterogen. Sie sind nicht älter als dreißig Jahre. Die Gruppe besteht aus zehn TN, was die intensive Einbeziehung jedes Kursmitglieds ermöglicht. Der Sprachkurs wird an einer deutschen Universität angeboten. Dargestellt wird die erste von drei Doppelstunden à 90 Minuten.

Ziel ist es, das globale Hörverstehen in der Gruppe zu trainieren. Zudem sollen die TN zum Ende des Kurses in der Lage sein, begründete Diskussionen zu führen und der öffentlichen Diskussion zu folgen. Des Weiteren sind Informationen zur Umweltproblematik zu vermitteln.

#### 5.4.2 Umsetzung

Phase/Zeit	Lehrender	Lernende	Medien
<b>Einstieg</b>			
Die TN sehen eine projizierte Collage mit grünen Bäumen, blauen Flüssen und saftigen Wiesen auf der linken sowie geschädigte Bäume, Fabrikanlagen und durch Umweltkatastrophen zerstörte Landschaften auf der rechten Seite. Dabei verfügen die linken Bilder über satte Farben, während die rechten in Grau oder Schwarz-Weiß gehalten sind, sodass der Eindruck entstehen kann, es handele sich um ältere Aufnahmen. In dieser Phase soll plakativ			

<sup>288</sup> Vgl. etwa [http://www.n24.de/news/newsitem\\_7025479.html](http://www.n24.de/news/newsitem_7025479.html) (N24 News vom 02.07.2011). Link kontrolliert: 06.09.2012.

Phase/Zeit	Lehrender	Lernende	Medien
<p>verdeutlicht werden, warum Umweltschutz ein wichtiges Thema ist, indem die drastischen Konsequenzen der Zerstörung einem Idyll gegenübergestellt werden.</p>			
<p>(Zunächst) freies Assoziieren 12.00–12.20 [Sprechen (beschreiben/ argumentieren)]<sup>289</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• begrüßen/Organisatorisches</li> <li>• <i>Bitte sehen Sie sich die Bilder an. Beschreiben Sie kurz, was Sie sehen.</i> L notiert an der T in zwei Spalten (linke Seite/rechte Seite) die Eindrücke. Bei Bedarf werden zusätzlich Redemittel aufgeführt wie „Meiner Meinung nach ist...“, „Ich finde, dass...“</li> <li>• Konkretisierung nach 8': <i>Schätzen Sie bitte, aus welcher Zeit die Bilder auf der rechten und auf der linken Seite jeweils stammen. Begründen Sie Ihre Meinung.</i></li> <li>• <i>Wenn die Bilder rechts schon älter sind, heißt das, dass es heute keine Umweltprobleme mehr gibt?</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN betrachten die Bilder und äußern sich (Naturvokabeln, ggf. Umweltzerstörung usw.) (P) (Vokabelfragen werden nach Bedarf geklärt)</li> <li>• Einige TN erläutern, warum die rechten Bilder älter wirken. (P)</li> <li>• TN nehmen Stellung. (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• –</li> <li>• B, T</li> </ul>
<p><b>Vor dem Hören</b></p> <p>Das Ergebnis der ersten Phase kann unterschiedlich ausfallen. Es geht nicht darum, dass die TN eine Mehrheitsmeinung auswendig lernen, sondern dass sie eine erste Sensibilisierung erfahren. Die ersten Eindrücke dürfen daher gern kontrovers diskutiert werden. In einem zweiten Schritt geht es nun darum, die TN auf das Hören vorzubereiten. Doch zunächst sind sie gefragt, den Text der ersten Strophe nach ihrem Bauchgefühl zu ergänzen sowie auszuwählen, wer der Angesprochene im Lied (bzw. bisher noch Gedicht) ist: der Großvater, ein Vogel, ein Baum oder ein Auto. Theoretisch könnten alle passen, doch die Passage „strichst mit deinen grünen Blättern mir übers _____“ gibt Hinweise auf einen Baum. Genaues Lesen ist die Voraussetzung für die richtige Beantwortung.</p>			
<p>Kreatives Lückenfüllen 12.20–12.35 [Genaues Leseverstehen/Sprechen/Schreiben]<sup>290</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bitte lesen Sie den Text durch und überlegen Sie in kleinen Gruppen (zu maximal drei Mitgliedern), was in die Lücken passen könnte. Wenn Sie den Text kennen, sagen Sie es bitte noch nicht.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN lesen den Text und füllen gemeinsam die Lücken aus. (GA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 1 (XXVI), Aufg. 1</li> </ul>

<sup>289</sup> DIA: „Ich kann über Ursachen, Folgen und hypothetische Situationen spekulieren.“

<sup>290</sup> DIA: „Ich kann beim Lesen einen umfangreichen Wortschatz verstehen, habe jedoch manchmal Schwierigkeiten mit weniger geläufigen Wörtern und Redewendungen.“ Außerdem: „Ich kann unterschiedliche Ideen und Lösungsmöglichkeiten für ein Problem gegeneinander abwägen.“

Phase/Zeit	Lehrender	Lernende	Medien
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wenn die Lücken gefüllt sind, überlegen Sie bitte auch noch, welche der vier Möglichkeiten in Aufgabe 2 stimmt. (3')</i></li> <li>• <i>Wir stimmen ab: Wer ist für 1? Wer für 2 usw. (30'')</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN bearbeiten Aufgabe 2. (GA)</li> <li>• TN melden sich unabhängig von ihrer Gruppe. (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 1, Aufg. 2</li> <li>• s. o.</li> <li>• T: L notiert Anz. Meldungen.</li> </ul>
<p><b>Während des Hörens</b></p> <p>Es handelt sich um einen recht langen, aber nicht allzu komplexen Text. Zunächst wird nur die erste Strophe zuzüglich Refrain präsentiert, damit die TN die Gelegenheit erhalten, ihre Hypothesen zu testen. Sie korrigieren ihr Ergebnis bzw. dasjenige ihrer Gruppe eigenständig. Schließlich erfassen Sie die Aussage des Liedes beim Hören des gesamten Stückes.</p>			
<p>Erstes Hören 12.15–12.30 [Exaktes Hörverstehen]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Der Text gehört zu einem Lied, keinem Gedicht. Bitte hören Sie sich den Anfang des Stückes an und vergleichen Sie ihn mit ihren Ideen.</i></li> <li>• <i>Nach dem zweiten Hören – wie heißt das Stück?</i></li> <li>• <i>Was ist das Thema des Liedes? L notiert an der T.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN hören zu. (2 x) (P)</li> <li>• TN antworten: <i>Mein Freund, der Baum.</i> (P)</li> <li>• TN nennen Themen (<i>Umwelt, Wald, Bäume, Kindheit...</i>). (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mp3-Datei <i>Mein Freund, der Baum</i> (0:00–1:04)</li> <li>• T: Themen</li> </ul>
<p>Vertiefendes Hören 12.30–12.45 [Globales Hörverstehen/Schreiben]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wir hören jetzt das gesamte Lied zweimal (beim ersten Mal mit Pausen zum Notieren). Bitte notieren Sie in fünf Stichwörtern, worum es im Stück geht.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN hören zu und machen sich Notizen. (P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mp3-Datei <i>Mein Freund, der Baum</i> (ganz)</li> </ul>
<p><b>Nach dem Hören</b></p> <p>Die TN kennen bereits das Mittel der Mindmap. Sie erstellen selbstständig ein gemeinsames Schaubild zu diesem Schlager. L greift beratend ein, erklärt Vokabeln und gibt Denkanstöße hinsichtlich Anordnung und Orthografie. Es zählt aber das Ergebnis des Kurses, es gibt keine alleingültige Musterlösung.</p>			
<p>Selbstständige Sicherung 12.45–13.05 [Schreiben]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bitte kommen Sie nacheinander nach vorn, um jeweils Ihr wichtigstes Stichwort an der Tafel zu notieren. Bitte lesen Sie mit, was die anderen schreiben, und schrei-</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die TN erstellen eine Mindmap zum Schlagerinhalt, die L fotografisch festhält und als Basis für die Folgestunde nutzt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T</li> </ul>

Phase/Zeit	Lehrender	Lernende	Medien
	<p><i>ben Sie Ihr Wort in die Nähe passender anderer Wörter.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TN erhalten den gesamten Songtext zum Nachlesen</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB 2 (XXVII)</li> </ul>
<p><b>Exkurs</b></p> <p>Bisher haben die TN <i>Mein Freund, der Baum</i> einfach als deutsches Lied kennengelernt. Um es besser einordnen zu können, geht es nun darum, ihnen in einem kurzen Exkurs die Gattung des Schlagers vorzustellen, in diesem Zusammenhang wird auch auf die Sängerin Alexandra eingegangen. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass Schlager nach dem heutigen Verständnis über einen deutschen Text verfügen, es sich um erfolgreiche Stücke aus industrieller Produktion handelt, aber nicht <i>alle Deutschen</i> Schlagern zugetan sind.</p>			
<p>Exkurs zum Schlager 13.05–13.30 [Hörverstehen/Sprechen (argumentieren, s. o.)]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Man bezeichnet Mein Freund, der Baum als Schlager. Was meinen Sie, was versteht man unter einem Schlager?</i> L notiert die Nennungen und spielt einige Stücke an, damit die TN einen Eindruck erhalten.</li> <li>• <i>Was haben all diese Lieder Ihrer Meinung nach gemeinsam?</i> L schreibt mit.</li> <li>• L nennt Daten zur Chartplatzierung und berichtet in 8' über die Sängerin. Dabei steht im Fokus, dass sie selbst Schlager wie ihr Lied <i>Sehnsucht</i> ablehnte, aber zur Bestreitung ihres Lebensunterhalts damit begann, um nach ersten Erfolgen ihre selbstgeschriebenen Titel zu singen. Dabei blieb sie ihrem Klang treu (→ Erklärung über Markenartikel). Wichtig ist: Schlager kann man nicht hundertprozentig anhand von Merkmalen identifizieren, sondern sie werden durch Medien, das Publikum, aber auch die Produzenten dazu erklärt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN nennen Stücke aus ihrer Erinnerung. (Wenn niemand Schlager kennt, gibt L Hinweise, indem er bekannte Melodien vorsummt o. Ä.) (P)</li> <li>• TN äußern Vermutungen. Wichtig sind vor allem die o. g. Punkte (deutsch, industriell, erfolgreich). (P)</li> <li>• TN hören zu und stellen Nachfragen. Auch können sie eigene Eindrücke schildern, um den ohnehin nicht starren Schlagerbegriff aus ihrer Sicht zu konkretisieren. Anhand der komplexen Bedeutungszuschreibungen zum deutschen Schlager ist danach sicher nicht allen TN klar, worum es sich dabei handelt. Darum ist eine weitere Beschäftigung damit nötig, auch wird das Thema in der Folgestunde wieder aufgenommen und weiter ergänzt, dabei weiterhin im thematischen Kontext der Umweltzerstörung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T: Nennungen.</li> <li>• B: über youtube usw. Beispiele einspielen</li> <li>• T: Schlagermerkmale</li> <li>• B: wenige Bilder/Fakten</li> </ul>

Phase/Zeit	Lehrender	Lernende	Medien
<p><b>Hausaufgabe</b></p> <p>Zur Vertiefung zu Hause erhalten die TN jeweils den Auftrag, einen weiteren Schlager zu erkunden. Sie können sich die oben vorgestellten Titel <i>Diese Welt</i> oder <i>Ich glaube</i> näher ansehen oder einen eigenen Schlager wählen. Aufgabe ist es, maximal vier Zeilen eines Liedes herauszunehmen und diese in der Folgestunde vorzustellen. Auf diese Weise wird eine Brücke geschlagen zur weiteren Behandlung des Themas Umweltzerstörung in der folgenden Sitzung. Außerdem prägt sich die Gattung des (sozialkritischen) Schlagers ein. Schließlich üben sich die TN im Vortragen. Es wird bewusst offen gehalten, wie viele TN etwas vorstellen werden, damit sich zunächst jeder vorbereitet.</p>			

## 6. Fazit und Ausblick

Gute Nacht, Freunde / Es wird Zeit für mich zu geh'n / Was ich noch zu sagen hätte / Dauert eine Zigarette / Und ein letztes Glas im Steh'n // Habt Dank für die Zeit, die ich mit euch verplaudert hab / Und für eure Geduld, wenn's mehr als eine Meinung gab / Dafür, dass ihr nie fragt, wann ich komm oder geh / Für die stets offene Tür, in der ich jetzt steh.<sup>291</sup>

Einen Hang zum Pathos sollte schon haben, wer mit Schlagern umgeht, das gilt für den Schlagerkomponisten genauso wie für den Konsumenten – und denjenigen, der Schlager analysiert. Schlager sagen nicht, wie etwas ist, sie beschreiben, wie sich etwas anfühlt. Sie geben die Welt schon vorgedeutet wieder, mal sehr allgemein, dann können die Hörer/innen sie selbst mit viel Bedeutung füllen, mal etwas konkreter. So verhält es sich im Übrigen mit allen Lyrikformen, und auch wenn mancher protestieren mag – am Ende ist auch ein Schlager ein Gedicht mit Instrumentalbegleitung.

Es konnte gezeigt werden, dass es sinnvoll ist, Schlager nicht pauschal aufgrund ihrer kommerziellen, industriellen Herstellungsweise zu verurteilen. Sicher ist auch der Verkaufaspekt ein Teil des Schlagers, doch kann man sehr viel mehr an ihm ablesen. Um es mit KRAUSHAAR zu sagen, dem ich nur zustimmen kann:

Wenn ich genau hinhöre, vernehme ich viel über die Wünsche und Sehnsüchte ganzer Generationen, über die Phantasien und Vorstellungen der Geschlechter und über das Gewinnstreben allerer, die Schlager herstellen, vertreiben, präsentieren und verkaufen.<sup>292</sup>

Viele Schlager sind längst keine Produkte mehr, sondern zu Kulturgütern geworden. Sie wurden und werden mit den Erinnerungen und Ideen diverser Generationen aufgeladen – und

<sup>291</sup> Reinhard Mey schrieb 1972 *Gute Nacht, Freunde* für das Schlagerduo Inga & Wolf. Bereits im selben Jahr begann er, es auch selbst zu singen. Zit. nach <http://www.songtexte.com/songtext/reinhard-mey/gute-nacht-freunde-73da0625.html>. Link kontrolliert: 07.09.2012.

<sup>292</sup> KRAUSHAAR 1983:11f.

leben weiter, ohne dass ihr Interpret, ihr Plattencover oder ihr Platz in den Hitparaden noch eine Rolle spielte.

Einige Klischees wurden bestätigt, wie das, nach dem vor allem Ältere Schlager im Radio hören, oder frei nach einem/r Teilnehmer/in der Umfrage: „Oma guckt Öffentlich-Rechtliches“. Doch in jedem Alter und in jeder Schicht finden sich Schlagerkonsumenten – jüngere Leute hören Schlager nicht in Alltagssituationen, dafür in Erholungsphasen, im Urlaub, beim Feiern oder beim Feiern im Urlaub. Die Musikgeschmäcker sind so differenziert wie die Persönlichkeiten: Kaum jemand hört *nur* Schlager, man wählt nach den Umständen aus, welche Musik, welcher „Soundtrack meines Lebens“<sup>293</sup>, wie es die NEON nennt, gerade passt. Der Schlager modernisiert sich, wann immer es nötig ist. So ist es bei Markenprodukten eben üblich. Helene Fischer, Michael Wendler oder Mickie Krause – sie alle haben ihre Fangemeinde und sorgen neben anderen jeweils auf ihre ganz eigene Art dafür, dass ihr Genre nicht ausstirbt.

Ein Ziel meiner Arbeit war es, den Schlager greifbar zu machen, zu definieren, was der Begriff bedeutet, am besten in Form einer Checklist: Wenn alle diese Attribute vorhanden sind, wird die Schlagerplakette zugeteilt. Doch so einfach ist es nicht. Der Schlager ist ein Sammelbegriff für verschiedenste Stücke. Es handelt sich um eine gefühlte Kategorie, die jeder ein wenig anders wahrnimmt. Dank der medialen Dauerpräsenz lernen wir auch über manche Künstler von Anfang an, dass sie eben Schlagersänger sind, und dabei bleiben wir dann nach Möglichkeit.

Ob bei der Konzeption und Durchführung der Umfrage, der Zusammenstellung der Schlagerepochen oder bei der Suche nach deutscher Identität in Schlagern – die Verwendbarkeit des Schlagers im Unterricht Deutsch als Fremdsprache blieb immer im Hinterkopf. Ich wollte zeigen, welche Stärken der Schlager hat, dass er uns dank seiner guten Seiten im Unterricht unterstützen kann. Dabei habe ich nicht vergessen, dass es ein ganzes Arsenal an schlecht komponierten, vulgär oder in meinen Ohren unrhythmisch getexteten Liedern dieses Typus gibt. Nichts liegt mir ferner, als den Schlager zu glorifizieren – nur gegen seine generelle Verbannung aus dem Unterricht möchte ich vorgehen.

In der Ideensammlung und den konkreten Unterrichtsentwürfen im letzten Kapitel habe ich zu zeigen versucht, wie man Schlager in den regulären Unterricht einbinden kann, aber auch, wie man sie als Kontrast zu ewiggleichen Grammatikübungen einsetzen kann. Schlager laden durch ihre Vielfalt ein, auch unkonventionelle Ideen in den Unterricht einfließen zu lassen, solange sie zu der Gruppe und dem Stoff passen.

---

<sup>293</sup> Vgl. z. B. <http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/musik/der-soundtrack-meines-lebens/685590>. Link kontrolliert: 07.09.2012.

An einigen Stellen wäre ich gern mehr in die Tiefe gegangen, so würde es mich beispielsweise noch genauer interessieren, was es mit der *deutschen Identität* auf sich hat und was sie mit dem Schlager zu tun hat. Auch mussten viele Titel und Interpreten unerwähnt bleiben – die Auswahl ist einfach zu groß. Gern hielte ich zudem die Ergebnisse einer bundesweit durchgeführten Schlagerumfrage auf Basis meiner Fragen und Konzepte in den Händen. Anderes wäre zu nennen. Insgesamt schaue ich jedoch auf eine facettenreiche Arbeit zurück, die in ihrem Theorieteil ein großes Potenzial enthält, das darauf wartet, in der Praxis weiter verarbeitet zu werden.

## 7. Literaturverzeichnis

- ADORNO, Theodor W. (1962): *Einleitung in die Musiksoziologie. 12 theoretische Vorlesungen.* Frankfurt/M.: Suhrkamp. 32–80.
- ALTMAYER, Claus (2007): *Von der Landeskunde zur Kulturwissenschaft – Innovation oder Modebegriff?* In: *Germanistische Mitteilungen* 65/2007. 7–21.
- BADE, Klaus J./OLTMER, Jochen (2005): *Migration und Integration.* In: Beier-de Haan, Rosmarie (Hg.): *Zuwanderungsland Deutschland. Migrationen 1500–2005. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung des Deutschen Historischen Museums Berlin, Wolftrahausen.* 20–49.
- BARTETZKO, Dieter (2008): „*Jede Farbe ist schön*“. *Ausländer.* In: *Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers.* Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 162–171.
- BECK, Anne/HEINZ, Andreas (2012): *Schlucken und schlagen.* Auf: SPIEGEL ONLINE Wissenschaft. <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/alkohol-kann-enthemmen-und-aggressiv-machen-a-835028.html>. Veröffentlicht: 27.05.2012. Link kontrolliert: 21.08.2012.
- CHRISTIANSEN, Ulrich Alexis (2009): *40 Jahre ZDF-Hitparade Schlager, Sternchen, Einschaltquoten.* Auf: einestages. [http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/3518/schlager\\_sternchen\\_einschaltquoten.html](http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/3518/schlager_sternchen_einschaltquoten.html). Veröffentlicht: 16.01.2009. Link kontrolliert: 30.08.2012.
- COSTA PEREIRA, Rogéria (2009): *Lieder und Musik im Unterricht Deutsch als Fremdsprache.* In: *Akten des Seminars Deutsch-Brasilianische Kulturbeziehungen und DaF 2007.* <http://abrpa.org.br/congresso2009/6.html>. Link kontrolliert: 21.08.2012.
- CZAJKA, Sebastian/JECHOVÁ, Petra (2012): *Der Einsatz von Computer und Internet in privaten Haushalten in Deutschland. Ergebnisse der Erhebung 2011.* In: *Wirtschaft und Statistik. Heft 5/2012.* Hg. vom Statistischen Bundesamt, Wiesbaden. 415–423. Abzurufen unter: <https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/AufsatzInformationsgesellschaft.html>. Link kontrolliert: 06.07.2012.
- DAHLHAUS, Carl (Hg.) (2000): *Brockhaus-Riemann-Musiklexikon online.* Berlin: Direct-media. <http://www.digitale-bibliothek.de/band38.htm>. Link kontrolliert: 06.07.2012. 9320–9324.
- FISCHER, Andreas (2007): *Deutsch lernen mit Rhythmus. Der Sprechrhythmus als Basis einer integrierten Phonetik im Unterricht Deutsch als Fremdsprache.* Leipzig: Schubert.
- FRANÇOIS, Etienne/SCHULZE, Hagen (2001): *Einleitung.* In: Dies. (Hg.): *Deutsche Erinnerungsorte.* München: Beck. 9–24. Bd. I.
- FRITH, Simon (1999): *Musik und Identität.* In: Engelmann, Jan (Hg.): *Die kleinen Unterschiede. Der Cultural-Studies-Reader.* Frankfurt/M.: Campus. 149–169.

- GRABOWSKY, Ingo (2008): „*Schöner Gigolo, armer Gigolo*“. *Sozialkritik*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 144–149.
- GRABOWSKY, Ingo/LÜCKE, Martin (2008): Die 100 Schlager des Jahrhunderts. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- GUNKEL, Christoph (2010): Rock in der DDR. Paradies der Plattenschieber. Auf: einestages. Abzurufen unter: [http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/6067/paradies\\_der\\_plattenschieber.html](http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/6067/paradies_der_plattenschieber.html). Link kontrolliert: 11.08.2012.
- HELMES, Günter (1996): *Populärmusik und Gefühle. Beobachtungen und Überlegungen zum deutschen Schlager (unter besonderer Berücksichtigung der späten 40er bis frühen 60er Jahre)*. In: Der Deutschunterricht. Bd. 48 (2/1996). 62–84.
- HERBERT, Ulrich (2001): Geschichte der Ausländerpolitik in Deutschland. Saisonarbeiter, Zwangsarbeiter, Gastarbeiter, Flüchtlinge. München: Beck.
- HOBSCHE, Manfred (2008): „*Die Drei von der Tankstelle*“. *Schlagerfilme*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 35–41.
- HOFFMANN, Detlef (1991): *Ein Nachwort zuvor*. In: Ders. (Hg.): Deutschlandbilder – oder doch nur Bilder von Deutschland? Rehbürg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum. 5–10. Reihe: *Loccumer Protolle*. Bd. 65/1990.
- HÜTTER, Hans Walter (2008): *Vorwort*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 6–9.
- Ders. (2008a): „*Instinkt und Fingerspitzengefühl*“. *Interview mit Hans R. Beierlein*. In: Melodien für Millionen. Wie oben. 58–63.
- Ders. (2008b): *Dieter Thomas Kuhn. „Liebe, Lust und Leidenschaft“*. In: Melodien für Millionen. Wie oben. 82f.
- KAYSER, Dietrich (<sup>2</sup>1976): Schlager – Das Lied als Ware. Untersuchungen zu einer Kategorie der Illusionsindustrie. Stuttgart: Metzler.
- KRAUSHAAR, Elmar (1983): Rote Lippen. Die ganze Welt des Schlagers. Reinbek b. Hbg.: Rowohlt.
- KIMMEL, Eike (2005): Grundzüge des Marshallplans. Eine Einleitung. Abzurufen unter: <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte-nach-1945/marshallplan/40034/einleitung>. Link kontrolliert: 25.08.2012.
- KRUSE, Hajo (2011): Das Lied: Lili Marleen. Aus der Reihe *Karambolage* auf ARTE. Abzurufen unter: <http://www.arte.tv/de/4196222,CmC=4196268.html>. Folge 246 vom 16.10.2011. Link kontrolliert: 12.08.2012.

- LÜCKE, Martin (2008): „*Das muss Schlager sein*“. *Zielgruppen*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 67–75.
- MAREK, Christoph (2006): Pop/Schlager. Eine Analyse der Entstehungsprozesse populärer Musik im US-amerikanischen und deutschsprachigen Raum. Wien: LIT. 39–68 u. 230–240. Reihe: *Kulturwissenschaft/Cultural Studies/Estudios Culturales/Études Culturelles*. Bd. 7.
- MÄSKER, Mechthild (1992): „Das schöne Mädchen von Seite eins“. Frauen im deutschen Schlager. Rheinfelden: Schäuble. Reihe *Themen unserer Zeit*. Bd. 15.
- MENDÍVIL, Julio (2008): Ein musikalisches Stück Heimat. Ethnologische Beobachtungen zum deutschen Schlager. Bielefeld: Transcript. Reihe: Studien zur Populärmusik. Hg. v. Thomas Phleps und Helmut Rösing. 137–161 u. 343–354.
- MEZGER, Werner (1975): Schlager. Versuch einer Gesamtdarstellung unter besonderer Berücksichtigung des Musikmarktes der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- MORITZ, Rainer (2001): *Der Schlager*. In: François, Etienne/Schulze, Hagen (Hgg.): Deutsche Erinnerungsorte. München: Beck. 201–220. Bd. III.
- Ders. (2008): Ich Wirtschaftswunderkind. Mein famoses Leben mit Peggy March, Petar Radenkovic und Schmelzkäsecken. München: Piper.
- PFARR, Christian (1997): Ein Festival im Kornfeld. Kleine deutsche Schlagergeschichte. Leipzig: Reclam.
- PORT LE ROI, André (1998): Schlager lügen nicht. Deutscher Schlager und Politik in ihrer Zeit. Essen: Klartext.
- RABER, Ralf Jörg (2010): Wir sind wie wir sind. Ein Jahrhundert homosexuelle Liebe auf Schallplatte und CD. Eine Dokumentation. Hamburg: Männerschwarm.
- RECKWITZ, Andreas (2001): *Der Identitätsdiskurs. Zum Bedeutungswandel einer sozialwissenschaftlichen Semantik*. In: Rammert, Werner et al. (Hg.): Kollektive Identitäten und kulturelle Innovationen. Ethnologische, soziologische und historische Studien. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag. 21–38.
- RIEGLER, Johanna (2003): Aktuelle Debatten zum Kulturbegriff. Reihe: Working Papers der Kommission für Sozialanthropologie. A: Lokale Identitäten und überlokale Einflüsse. Wittgenstein 2000. Band 2. Abzurufen unter: [http://www.oeaw.ac.at/sozant/files/working\\_papers/wittgenstein/band002.pdf](http://www.oeaw.ac.at/sozant/files/working_papers/wittgenstein/band002.pdf). Link kontrolliert: 25.08.2012.
- RITZEL, Fred (1991): „*Wir sind zwar keine Menschenfresser, doch wir küssen um so besser!*“. In: Hoffmann, Detlef (Hg.): Deutschlandbilder – oder doch nur Bilder von Deutschland? Rehbürg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum. 62–77. Reihe: *Loccumer Protolle*. Bd. 65/1990.

- SALDERN, Adelheid von (2008): „*Der Schlager ist grundsätzlich ein Politikum*“. *Populäre Musik in der DDR*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 107–113.
- SCHNEIDER, Karl (Hg.; 2003): Werbung in Theorie und Praxis. Waiblingen: M + S. 189–191 sowie 203–211.
- SCHWARBERG, Günther (2000): Dein ist mein ganzes Herz. Die Geschichte von Fritz Löhner-Beda, der die schönsten Lieder der Welt schrieb, und warum Hitler ihn ermorden ließ. Göttingen: Steidl.
- SOWADE, Hanno (2008): „*Mein Herz müßte ein Rundfunksender sein*“. *Technischer Fortschritt und die Ware Schlager*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 23–33.
- SPERR, Monika (Hg.; 1978). Das Große Schlager-Buch. Deutscher Schlager 1800–Heute. München: Rogner & Bernhard. 84–171.
- STEINKE, Ron (2005): „*Ein Mann, der mit einem anderen Mann...*“. *Eine kurze Geschichte des § 175 in der BRD*. In: Forum Recht 02/2005. Abzurufen unter: <http://www.forum-recht-online.de/2005/205/205steinke.pdf>. Link kontrolliert: 18.07.2012.
- WEISWEILER, Rita (1985): Heil vom Plattenteller. Untersuchungen zur religiösen Symbolik des neueren deutschen Schlagers. Ein kritischer Versuch. Oldenburg: Univ. Diss. 31–37.
- WICKE, Peter (2004): *Soundtracks. Popmusik und Pop-Diskurs*. In: Grasskamp, Walter: Was ist Pop? Zehn Versuche. Frankfurt/M.: Fischer. 115–139.
- WILCZEK, Annette (2008): „*Was willst du denn in Rio*“. *Interpreten und Themen des DDR-Schlagers*. In: Melodien für Millionen. Das Jahrhundert des Schlagers. Hg. v. d. Stiftung Haus der Geschichte. Bielefeld: Kerber. 114–123.

## Lehrwerke

### *em neu Brückenkurs*

PERLMANN-BALME, Michaela/SCHWAB, Susanne/BAIER, Gabi (2008): *em neu. Brückenkurs. Kurs- und Arbeitsbuch*. Ismaning: Hueber. 33–44.

### *Passwort Deutsch 2*

ALBRECHT, Ulrike/DANE, Dorothea et al. (2001): *Passwort Deutsch. Kurs- und Übungsbuch. Band 2*. Stuttgart: Klett. 68f.

ZEISIG, Nicole/FREY, Evelyn/GHAHRAMAN-BECK, Anneliese (2009): *Passwort Deutsch. Lehrerhandbuch. Band 2*. Stuttgart: Klett. 60f.

*Plus Deutsch 1:*

APELT, Hans-Peter/APELT, Mary L. (2000): Plus Deutsch. Lehr- und Arbeitsbuch für die Grundstufe. Band 1. Ismaning: Hueber. 88–90.

APELT, Hans-Peter/APELT, Mary L. (1999): Plus Deutsch. Lehrerhandbuch. Band 1. Ismaning: Verlag für Deutsch. 30f.

*Plus Deutsch 2:*

APELT, Hans-Peter/APELT, Mary L. (1999): Plus Deutsch. Lehr- und Arbeitsbuch für die Grundstufe. Band 2. Ismaning: Verlag für Deutsch. 138–140.

APELT, Hans-Peter/APELT, Mary L. (2000): Plus Deutsch. Lehrerhandbuch. Band 2. Ismaning: Verlag für Deutsch. 49.

*Plus Deutsch 3:*

APELT, Hans-Peter/APELT, Mary L. (2000): Plus Deutsch. Lehr- und Arbeitsbuch für die Grundstufe. Band 2. Ismaning: Hueber. 65; 103–109.

*Schritte international 1:*

NIEBISCH, Daniela/PENNING-HIEMSTRA, Sylvette et al. (2006): Schritte international 1. Kursbuch und Arbeitsbuch. Ismaning: Hueber. 8–54.

*Sicher B1:*

PERLMANN-BALME, Michaela/SCHWAB, Susanne (2012): Sicher! B1+. Kursbuch. Ismaning: Hueber. 19–28.

*Studio D 2:*

FUNK, Hermann/CHRISTIANY, Carla et al. (2006): studio d. Grundstufe A2. Teilband 2. Kurs- und Übungsbuch. Berlin: Cornelsen. 164–177.

## 8. Titelverzeichnis

### Abkürzungen:

I = Interpret/in; U = Urheber/in (falls bekannt: T = Text; M = Musik)

### Quellen in eckigen Klammern:

C = <http://www.coverinfo.de>, ein ehrenamtliches Projekt zur Sammlung von Coverversionen, Chefredakteur: Thomas Wagner

D = Die 100 Schlager des Jahrhunderts (GRABOWSKY/LÜCKE 2008)

G = <https://online.gema.de>, angegeben ist die GEMA-Werk.-Nr.

Alle Internetquellen kontrolliert am 03.09.2012.

### Einzelne Lieder

#### *Akropolis Adieu*

I: Mireille Mathieu (1971)

U: Georg Buschor (T); Christian Bruhn (M) [C]

#### *Am Tag, als Conny Kramer starb*

I: Juliane Werding (1972)

U: Robbie Robertson [C]

#### *An einem Sonntag in Avignon*

I: Mireille Mathieu (1970)

U: Georg Buschor (T); Christian Bruhn (M) [C]

#### *Anton aus Tirol*

I: Anton aus Tirol feat. DJ Ötzi (1998)

U: Friedrich Schiccho/Manfred Padinger/Ingrid Musenbichler/Walter Schachner (1992) [C]

#### *Auf der Reeperbahn nachts um halb eins*

I: Hans Albers (1936)

U: Ralph A. Roberts (aus der Revue *An der Alster* von 1911) [C]

#### *Auf der Straße nach Süden*

I: Tony Marshall (1978) [auf Englisch: *Looking for Freedom*/D. Hasselhoff/1988]

U: Jack White/Gary Cowton [C]

#### *Bitte glaub' es nicht*

I: Monica Morell (1973)

U: Gerd Gudera (T); Pepe Ederer (M) [G 446733-001]

#### *Blau blüht der Enzian*

I: Heino (1972)

U: Adolf von Kleebattel (Basis: Volkslied *Das Schweizermadel*) [C]

#### *Capri-Fischer*

I: Magda Hain (1943), Rudi Schuricke (1947), Die Flippers (1996) u. v. m.

U: Ralph Maria Siegel (T); Gerhard Winkler (M) [C]

#### *Cowboy und Indianer*

I: Olaf Henning (2000)

U: Claus C. Pesch [C]

*Dann kamst du (Après toi)*

I: Vicky Leandros (1972)

U: Yves Dessca/Mario Panas/Klaus Munro [C]

*Das Herz von St. Pauli*

I: Hans Albers (1957)

U: Hanns Stani (T); Herbert Trantow (M) [C]

*Das Lila Lied*

I: ? (1920)

U: Kurt Schwabach (T); Arno Billing (M) [G 1575289-001]

*Davon geht die Welt nicht unter*

I: Zarah Leander (1942)

U: Bruno Balz (T); Michael Jary (M) [C]

*De Hamburger Veermaster (The Banks of Sacramento)*

I: Fettes Brot (nur live)

U: Volkslied

*Der goldene Reiter*

I/U: Joachim Witt (1981) [C]

*Diese Welt*

I: Katja Ebstein (1971)

U: Dieter Zimmermann (T); Fred Jay (M) [C]

*Ein Bett im Kornfeld*

I: Jürgen Drews (1976)

U: Larry E. Williams [C]

*Ein bißchen Frieden*

I: Nicole (1982)

U: Ralph Siegel [C]

*Ein Festival der Liebe*

I: Jürgen Marcus (1973)

U: Jack White (T); Fred Jay (M) [C]

*Ein Schiff wird kommen*

I: Lale Andersen (1960)

U: Fini Busch (T); Manos Hadjidakis (M) [C]

*Ein Stern, der deinen Namen trägt*

I: Nik. P & DJ Ötzi (2007) (Original von Nik P./1998)

U: Nikolaus Presnik [C]

*Er heißt Waldemar*

I: Zarah Leander (1941)

U: Bruno Balz (T); Michael Jary (M) [C]

*Er gehört zu mir*

I: Marianne Rosenberg (1975)  
U: Christian Heilburg (T); Joachim Heider (M) [C]

*Es war doch nicht das erste Mal*

I: Reinhard Lakomy (1972)  
U: Fred Gertz (T); Reinhard Lakomy (M) [G 623606-001]

*Eviva España*

I: Hanna Aroni (1972)  
U: Hans Bradtke (T); Leo Caerts/Leo Rozenstraten (M) [C]

*Ganz Paris träumt von der Liebe*

I: Caterina Valente (1954)  
U: Kurt Feltz (T); Cole Porter (M) [C]

*Geh zu ihr*

I: Puhdys (1973)  
U: Ulrich Plenzdorf (T); Peter Gotthardt (M) [C]

*Goodbye Mama*

I: Ireen Sheer (1973)/Ingrid Raack (1973)  
U: Ralph Siegel [C]

*Griechischer Wein*

I: Udo Jürgens (1973)  
U: Michael Kunze (T); Udo Jürgens (M) [C]

*Guildo hat euch lieb*

I: Guildo Horn & Die orthopädischen Strümpfe (1998)  
U: Alf Igel (= Stefan Raab) [C]

*Gute Nacht, Freunde*

I: Inga & Wolf, anschließend Reinhard Mey (1972)  
U: Alfons Yondrascheck (Reinhard Mey)

*Hamburg, meine Perle*

I: Lotto King Karl (= Gerrit Heesemann) (1996)  
U: Gerrit Heesemann/Thorsten Heintzsch/Frank Itt/Klaus Volland [G 5903521-001]

*Heimweh*

I: Freddy Quinn (1956)  
U: Ernst Bader/Dieter Rasch (T); Terry Gilkyson/Richard Dehr/Frank Miller (M) [D:213-215]

*He, kleine Linda*

I: Muck (1978)  
U: Wolfgang Brandenstein (T); Hartmut Schulze-Gerlach (= Muck) [G 2813899-001]

*Heute haun wir auf die Pauke*

I: Tony Marshall (1972)  
U: Karl Lorenz [C]

*Hier kommt Alex*

I: Die Toten Hosen (1988)  
U: Andreas Frege/Andreas Meurer [C]

*Hinter den Kulissen von Paris*

I: Mireille Mathieu (1969)  
U: Georg Buschor (T); Christian Bruhn (M) [C]

*Hinterm Horizont geht's weiter*

I: Udo Lindenberg (1987)  
U: Udo Lindenberg (T/M); Bea Reszat (T) [G 735452-001]

*I don't like Mondays*

I: The Cure (1979)  
U: Bob Geldof [G 1079520-001]

*I will love you Monday*

I: Aura Dione (2009)  
U: Patrik Berggran/Aura Dione/Viktoria Sandström/David Åström [C]

*Ich bin ein Lüneburger*

I: Top for Tea  
(offenbar nicht geschützt)

*Ich glaube*

I: Udo Jürgens (1968)  
U: Walter Brandin (T); Udo Jürgens (M) [C]

*Ich hab das Fräul'n Helen baden sehn*

I: Fred Raymond (1925)  
U: Fritz Grünbaum (T); Fred Raymond (M) [G 990835-001]

*Ich hab noch einen Koffer in Berlin*

I: Bully Buhlan (1951) (bekannt ist vor allem: Hildegard Knef)  
U: Aldo von Pinelli (T); Ralph Maria Siegel (M) [C]

*Ich hab zu Haus ein Grammophon*

I: Max Kuttner (1925)  
U: [Fritz Löhner-]Beda (T); Karel Hasler und Jara Benes (M) [G 535389-001]

*Ich war noch niemals in New York*

I: Udo Jürgens (1982)  
U: Michael Kunze (T); Udo Jürgens (M) [C]

*Ich wollt', ich wär' ein Huhn*

- I: Comedian Harmonists (1936)  
U: Hans Fritz Beckmann (T); Peter Kreuder (M) [G 971320-001]

*Im Wagen vor mir*

- I: Henry Valentino und Uschi (1977)  
U: Hans Blum (= Henry Valentino) [C]

*In jener Nacht*

- I: Veronika Fischer und Band (1975)  
U: Franz Bartzsch/Ingeburg Branoner/Veronika Fischer [C]

*Irgendwann, irgendwo, irgendwie*

- I: Jürgen Drews (1990)  
U: Alois Dobmayr [C]

*Irgendwie, irgendwo, irgendwann*

- I: Nena (1984)  
U: Carlo Karges (T); Jörn-Uwe Fahrenkrog-Petersen (M) [C]

*It's my life*

- I: Dr. Alban (1992)  
U: Dr. Alban (T); Denniz PoP (sic; M) [C]

*Jambalaya*

- I: Gerhard Wendland (1953)  
U: Kurt Feltz (T); Hank Williams (M) [C]

*Joana*

- I: Roland Kaiser (1980) (Peter Wackel feat. Chriss Tuxi 2007)  
U: Roland Kaiser/Norbert Hammerschmidt (T); Joachim Heider (M) [G 1697688-001]

*Jugendliebe*

- I: Ute Freudenberg & Elefant (1980)  
U: Bernd Henning (T) Burkhard Lasch (M) [C]

*Komm ein bißchen mit nach Italien*

- I: Caterina Valente (1956)  
U: Kurt Feltz (T); Heinz Gietz (M) [G 967604-001]

*La Paloma adé*

- I: Mireille Mathieu mit Nana Mouskouri (1973)  
U: Sebastián Iradier [C]

*Lena*

- I: PUR (1990)  
U: Hartmut Engler/Ingo Reidl [G 2692072-001]

*Let the Love flow*

I: Bellamy Brothers (1975)  
U: Larry E. Williams [C]

*Let the Sun shine in your Heart*

I: Diverse (1997)  
U: Georg Schubinski [G 1847859-001]

*Lili Marleen (Lied eines jungen Wachtposten)*

I: Lale Andersen (1939)  
U: Hans Leip (T); Norbert Schultze (M) [C]

*Mandolinen und Mondschein*

I: Peter Alexander (1959)  
U: Jonny Bartels (T); George David Weiss/Aaron Schroeder (M) [C]

*Marmor, Stein und Eisen bricht*

I: Drafi Deutscher (1965)  
U: Rudolf Günter Loose (T); Drafi Deutscher/Christian Bruhn (M) [G 386379-001]

*Mein Freund, der Baum*

I: Alexandra (1968)  
U: Alexandra [C]

*Mein kleiner grüner Kaktus*

I: Comedian Harmonists (1934)  
U: Albrecht Marcuse/Bert Reisfeld/André G. P. Chevrier de Choudens/André J. J. Leroy/  
Louis E. B. Poterat [C]

*Mein lieber Schatz, bist du aus Spanien*

I: Comedian Harmonists (1931)  
U: Fritz Rotter (T); Enrique Santeugini Monsalvatje (M) [G 1510868-001]

*Mer losse dr Dom in Kölle*

I: Bläck Fööt (1974)  
U: Karl-Heinz Brand, Peter Brings, Hartmut Priess [G 9330185-001]

*Mickie Krause Song*

I: Ikke Hüftgold (2012)  
U: Matthias Distel/Dominik de Leon [G 13036168-001]

*Midnight Lady*

I: Chris Norman (1986)  
U: Dieter Bohlen [C]

*Mike und sein Freund*

I: Bernd Clüver (1976)  
U: Hans-Ulrich Weigel (T); Alan Williams/John Richardson (M) [C]

*Neunundneunzig Luftballons*

I: Nena (1983)

U: Carlo Karges (T); Jörn Fahrenkrog-Petersen (M) [C]

*Nur nicht aus Liebe weinen*

I: Zarah Leander (1939)

U: Hans Fritz (T); Theo Mackeben (M) [C]

*Oh, wann kommst du*

I: Daliah Lavi (1970)

U: Miriam Frances (T); John Theodore Kongos (M) [C]

*Ohne dich (schlaf ich heut nacht nicht ein)*

I: Münchener Freiheit (1985)

U: Aron Strobel/Stefan Zauner/Michael Kunze [C]

*Pigalle (Die große Mausefalle)*

I: Bill Ramsey (1961)

U: Hans Bradtke (T); Heinz Gietz (M) [C]

*Rood*

I: Marco Borsato (2006)

U: John Ewbank

*Ruhrgebiet*

I: Wolfgang Petry (1993)

U: Holger Obenaus/Wolfgang Petry/Norbert Zucker/Markus Ulrich [C]

*Sabato Sera*

I: Bruno Filippini (1964)

U: Fabio Massimo Cantini (T); Franco de Bellis/Bruno Martino (M) [G: 352494-001]

*Schatje, mag ik je foto*

I: Gebroeders Ko (2009)

U: Ton Koopmans/Gerard Koopmans [C]

*Schatzi, schenk mir ein Foto*

I: Mickie Krause (2010)

U: s. o. [C]

*Scheißegal*

I: Wolfgang Petry (1995)

U: Holger Obenaus/Wolfgang Petry/Norbert Zucker (T); Tom Card/Steve Pool (M)  
[G 3748124-001]

*Sehnsucht (Das Lied der Taiga)*

I: Alexandra (1968)

U: Fred Weyrich (T); Rudi Bauer (M) [C]

*Seven lonely Days*

I: Georgia Gibbs

U: Alden Shuman/Earl Shuman (T); Marshall Brown (M) [C]

*Sie liebt den DJ*

I/U: Michael Wendler (2007) [C]

*Sieben einsame Tage*

I: Illo Schieder (1955)

U: Ralph Maria Siegel (T); Marshall Brown (M) [C]

*Siebzehn Jahr, blondes Haar*

I: Udo Jürgens (1965)

U: Thomas Hörbiger (T); Udo Jürgens (M) [C]

*Spiel noch einmal für mich, Habañero*

I: Caterina Valente (1958)

U: Kurt Feltz (T); Heinz Gietz (M) [G 740709-001]

*Tausendmal berührt = 1001 und 1 Nacht (Zoom!)*

I: Klaus Lage Band (1984)

U: Klaus Lage/Göran Walger/N. Heirell [C]

*Tipitipitipso*

I: Caterina Valente (1957)

U: Kurt Feltz (T); Heinz Gietz (M) [G 967696-001]

*Trizonesien-Song*

I/U: Karl Berbuer (1949) [D:234-236]

*Tuut tuut tuut, wij springen parachute*

I: Gebroeders Ko (2003)

U: Ton Koopmans/Gerard Koopmans [C]

*Über den Wolken*

I/U: Reinhard Mey (1974) [C]

*Über sieben Brücken mußt du gehen*

I: Karat (1978)/Peter Maffay (1980)

U: Helmut Richter (T); Ulrich Swillms (M) [C]

*Verdammt, ich lieb dich*

I/U: Matthias Reim (1990; geschrieben gemeinsam mit Bernd Dietrich) [D:39-40]

*Veronika, der Lenz ist da*

I: Comedian Harmonists (1930)

U: Fritz Rotter (T); Walter Jurmann (M) [C]

*Viva Colonia*

I: Höhner (2003)

U: Hannes Schöner/Peter Werner-Jates/Henning Krautmacher/Ralf Rudnik/Janus Fröhlich [C]

*Viva Hollandia*

I: Wolter Kroes (2008)

U: s.o.

*Wahnsinn*

I: Wolfgang Petry (1983)

U: Tony Hendrik/Joachim Merz/Karin van Haaren [C]

*Was soll ich ihr schenken*

I: Die Prinzen (1993)

U: Ingo Mayberg [G 3138952-001]

*Was wollen wir trinken (Sieben Tage lang)*

I: BOTS (1980)

U: Jean-Bernard Prima [C]

*Waterloo*

I: ABBA (1974)

U: Benny Andersson/Stig Anderson/Björn Ulvaeus [C]

*Weiß der Geier*

I: Wolfgang Petry (1997)

U: Wolfgang Petry/Helmuth Rübmann [G 4346210-001]

*Weißer Rosen aus Athen*

I: Nana Mouskouri (1961)

U: Hans Bradtke (T); Manos Hadjidakis (M) [<http://www.nanamouskouri.de/weissero.htm>]

*Welthit*

I: Fettes Brot (2002)

U: Martin Vandreier/Boris Lauterbach/Björn Warns (T/M) [fettesbrot.de]

*Wenn alle das täten...*

I/U: Georg Kreisler (1974) [C]

*Wie ein Stern*

I: Frank Schöbel (1971)

U: Hans Georg Schmiededecke [C]

*Wie wär's mal mit Lissabon?*

I: Comedian Harmonists (1934)

U: ? [C]

*Wind of Change*

I: Scorpions (1990)

U: Klaus Meine [C]

*Wir lassen uns das Singen nicht verbieten*

I: Tina York (1974)

U: Jack White (T); Fred Jay (M) [C]

*Wir versaufen unsrer Oma ihr klein Häuschen*

I/U: Robert Steidl (1923) [SPERR 1978:112]

*Wochenend' und Sonnenschein*

I: Comedian Harmonists (1930)

U: Charles Amberg (T); Jack Yellen (M) [C]

*Zehn nackte Friseurinnen*

I: Mickie Krause (1999)

U: Lou Richter/Clemens Winterhalter [G 4512679-001]

*Zeig doch mal die Möpse*

I: Mickie Krause (2000)

U: Amaretto (T); Mike Harry Förster/Jürgen J. Möller/Michael Voss-Schön (M) [G 4877175-001]

*Zwei kleine Italiener*

I: Cornelia/Conny Froboess (1962)

U: Georg Buschor (T); Christian Bruhn (M) [C]

## **Operetten**

*Das Land des Lächelns* / Franz Lehár (1929)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1929\\_01/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1929_01/index.html)]

*Der Zarewitsch* / Franz Lehár (1927)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1927\\_01/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1927_01/index.html)]

*Der Zigeunerbaron* / Johann B. Strauß (Sohn) (1874)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Strauss/Operette/ooop\\_020/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Strauss/Operette/ooop_020/index.html)]

*Die Fledermaus* / Johann B. Strauß (Sohn) (1871)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Strauss/Operette/ooop\\_013/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Strauss/Operette/ooop_013/index.html)]

*Dreigroschenoper* / Kurt Weill/Bertolt Brecht (1928)

[[http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&lang=de&manu\\_id=630&sdt=20120831](http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&lang=de&manu_id=630&sdt=20120831)]

*La belle Hélène* / Jacques Offenbach (1864)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Offenbach/Operette/1864\\_01/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Offenbach/Operette/1864_01/index.html)]

*Orphée aux enfers* / Jacques Offenbach (1858)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Offenbach/Operette/1858\\_01/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Offenbach/Operette/1858_01/index.html)]

*Paganini* / Franz Lehár (1925)

[[http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1925\\_01/index.html](http://www.klassika.info/Komponisten/Lehar/Operette/1925_01/index.html)]

# Anhang

### Zu 2.3.3: Auszählung der beantworteten Fragebögen

#### Seite 1, Frage 1: Ihr Musikgeschmack (Pflichtfrage)

Wenn Sie Ihren Musikgeschmack beschreiben sollten – welche maximal drei Musikrichtungen gefallen Ihnen am besten?

120 Teilnehmer	n	%
Rock	74	62%
Deutschrock	38	32%
Pop (Charts)	80	67%
Schlager	20	17%
volkstümlicher Schlager/Volkslieder	3	3%
Rap/HipHop (deutschsprachig)	20	17%
Rap/HipHop (englisch oder andere Sprache)	27	23%
Jazz	17	14%
Kinderlieder	1	1%
Klassische Musik	30	25%

#### Seite 1, Frage 2: Schlager höre ich, (Pflichtfrage)

120 Teilnehmer	n	%
... sooft ich kann.	1	1%
... wenn ich mit Freunden feiere.	49	41%
... auf Familienfeiern.	38	32%
... wenn es sich nicht vermeiden lässt (nie).	56	47%
... wenn ich Radio höre.	16	13%
... wenn ich bei meinen Eltern/Großeltern bin.	22	18%
... wenn ich im Auto sitze.	22	18%
... wenn ich dusche.	4	3%
... wenn ich im Urlaub bin.	9	8%
... bei der Arbeit.	4	3%
... beim Lernen.	0	0%

**Seite 1, Frage 3: Unabhängig davon, ob Sie Schlager mögen oder nicht, was verbinden Sie mit einem typischen Schlager? (Pflichtfrage)**

Lassen Sie Ihren Assoziationen freien Lauf und bewegen Sie den Regler spontan (max. fünf Sekunden/Antwort) an die gewünschte Position. Wenn Sie den Regler nicht bewegen, bedeutet es: „Ich kann/möchte mich nicht entscheiden.“

120 Teilnehmer

Mitte

	1	2	3	4	5	6	7	Rechter Pol (= 7)	Ø
<b>Linker Pol (= 1)</b>									
komplizierter Text	0	0	0	5	12	49	54	einfacher Text	6,3
für Teenies	0	1	2	33	35	24	25	für Oma/Opa	5,3
<b>Einkaufszetteldeutsch</b>	27	44	24	22	2	1	0	Goethe	2,4
mein Lebensmittelpunkt	1	0	9	33	24	22	31	aus meinem Leben verbannt	5,2
Mineralwasser	4	8	11	29	22	30	16	Long Island Ice tea *	4,8
voller schöner Erinnerungen	7	24	26	42	11	6	4	voller schlimmer Erinnerungen	3,5
<b>Vergangenheit</b>	18	35	34	31	2	0	0	Zukunft	2,7
<b>deutscher Text</b>	53	44	10	10	3	0	0	in einer fremden Sprache	1,9
Klavier und Geige	1	2	13	39	29	26	10	Keyboard und E-Gitarre	4,8
anspruchsvoll	1	1	2	8	26	36	46	leichte Kost	5,9
<b>Dorf</b>	25	37	24	29	2	1	2	Stadt	2,6
Arbeit	1	1	1	20	25	44	28	Urlaub/Freizeit	5,6
<b>für die Masse</b>	35	49	20	10	2	3	1	für Individualisten	2,2
Kunst	1	5	7	32	35	18	22	Wegwerfprodukt	5,0

\* (= viel Alkohol)

**Seite 1, Frage 4: Wenn Sie mit einem Wort oder einem Satz beschreiben sollten, was Schlager für Sie bedeuten, welches/r wäre es?**

(Hervorhebungen: SM)

115 Teilnehmer

70er Jahre •

Altbacken •

anspruchslöse Massenunterhaltung mit Wiedererkennungseffekt

**Ballermann •**

Ballermann, „Halligalli Drecksau Party“, Vollrausch, Kirmes, Dorffest •

Bauernmusik. •

Bloß nicht! ;)

Das Grauen hat einen Namen!

(Unter 30-Jährige: 61/115 = 53%, Antworten dieser Gruppe sind mit dem Zeichen „\*“ markiert.)

nervig • (2 x)

nette unterhaltung mit herz und witz

nichts • (3 x)

niveaulos

**Nostalgie • (2 x)**

Nostalgie, Freude, Zeitdokument

**Notwendiges Übel bei Après-Ski etc., aber manchmal**

**ein guter Stimmungsmacher**



**Lieder, die keiner hört und doch alle mitsingen können. •**

Meist etwas nerviger Kitsch. •

Mist •

Mitgrößlmusik •

Mitsingen kann so einfach sein •

Musik aus einer aufgesetzten Pseudo-Heilenwelt der ewig guten Laune

Musik, zu der man feiert •

musikalisch leicht und eingängig im Herzrhythmus daher gut zum Feiern,

textlich simpel, was aber auch in internationaler Musik -egal welchen

Genres- genauso ist. Die Texte sind eben bei der meisten Musik kein

Bildungsprogramm. Es bleibt Unterhaltung.

**musikalische Untermalung zur Schrankwand Typ "Eiche rustikal" •**

Negativ belegter Begriff, der komischerweise fast ausschließlich für deutsche

**Musik verwendet wird - kaum ist eine Schulze auf Englisch ist**

**sie automatisch schon höherwertig, so scheint mir.**

Träumen

Überflüssig!

**unentbehrlicher Schund**

unnötig •

Unterhaltung

Unterhaltungsmusik •

**Verbindung der Generationen •**

**Viele betrunke Leute in ner dreckigen Disko, die**

**Schlager nicht mögen, aber alle können den Text. •**

von großen Mengen beliebte Musik mit deutschem Text

wahre Kunst - ich verehere gute Schlagertexter und

Komponisten - die sind völlig unterbewertet

wdr 4 •

Würg

Zeit bis zum 15. Lj.

**Seite 2, Frage 5: Nun geht es darum, welche Schlager Sie, unabhängig von Ihrem Musikgeschmack, zumindest dem Namen nach kennen.**

Bitte bewerten Sie zusätzlich jeden bekannten Schlager mit einer Schulnote. (Pflichtfrage)

Schulnoten (1 = sehr gut, 6 = schrecklich)

120 Teilnehmer	1	2	3	4	5	6	Ø	A	B	A = Kenne ich nicht. B = Das ist für mich kein Schlager.
Ich wollt', ich wär' ein Huhn	7	10	15	12	13	9	3,6	13	41	
<b>Tausendmal berührt</b>	29	25	25	14	9	8	2,8	1	9	
Die rote Sonne von Barbados	6	5	16	12	15	7	3,8	58	1	
Hol das Lasso raus	17	16	13	9	15	25	3,7	15	10	
Anton aus Tirol	9	9	13	13	19	43	4,4	3	11	
Ti Amo	19	20	19	20	15	10	3,2	10	7	
Heimat, deine Sterne	2	2	3	3	5	2	3,8	102	1	
Spaniens Gitarren	4	10	11	9	7	2	3,3	76	1	
Ein himmelblauer Trabant	1	1	1	6	1	3	4,1	106	1	
Ein Stern, der deinen Namen trägt	12	17	9	15	18	36	4,1	6	7	

	1	2	3	4	5	6	Ø	A	B	A = Kenne ich nicht. B = Das ist für mich kein Schlager.
Sie liebt den DJ	12	8	12	10	18	28	4,1	25	7	
Erna kommt	3	7	10	10	11	9	3,9	65	5	
Sing mei Sache sing	2	4	1	5	6	15	4,6	83	4	
Zigeunerjunge	11	15	9	11	11	7	3,3	52	4	
Die Gefühle haben Schweigepflicht	15	19	10	8	8	14	3,2	46	0	

**Seite 3, Frage 6: Welcher dieser Refrainbeginne ist falsch wiedergegeben? (Pflichtfrage)**

120 Teilnehmer		%
Über sieben Brücken musst du gehen, sieben...	2	2%
Sieben Sünden bist du mir wert, sieben...	10	8%
Sieben Fässer Wein können uns nicht gefährlich sein...	8	7%
Du hast mich siebenmal belogen...	72	60%
Ich habe überhaupt keine Idee, ich kann nicht mal nach Bauchgefühl eine Entscheidung treffen.	28	23%

= korrekt

**Seite 4, Frage 7: Hier geht es noch einmal darum, welche Schlager Sie, unabhängig von Ihrem Musikgeschmack, zumindest dem Namen nach kennen.**

Bitte bewerten Sie wieder jeden bekannten Schlager mit einer Schulnote. (Pflichtfrage)  
Schulnoten (1 = sehr gut, 6 = schrecklich)

120 Teilnehmer	1	2	3	4	5	6	Ø	A	B	A = Kenne ich nicht. B = Das ist für mich kein Schlager.
Verlieben, verloren, vergessen, verzeih'n	18	27	20	22	13	10	3,1	10	0	
Tränen lügen nicht	17	16	28	14	21	9	3,3	15	0	
<b>Lili Marleen</b>	17	16	19	7	7	3	2,7	43	8	
Ich will immer wieder.... dieses Fieber spür'n	3	3	3	3	8	0	3,5	99	1	
Ein Festival der Liebe	11	11	14	15	10	9	3,4	49	1	
<b>Nur nicht aus Liebe weinen</b>	6	5	3	6	1	1	2,7	96	2	
Caprifischer (Wenn bei Capri die rote Sonne...)	10	10	21	20	16	9	3,6	33	1	
<b>Schöner fremder Mann</b>	22	28	19	16	9	5	2,8	21	0	
Ein Schiff wird kommen	9	10	16	13	11	2	3,2	58	1	
Ganz in Weiß	10	14	16	16	19	16	3,8	28	1	
Karamba, Karacho, ein Whisky	6	3	15	11	6	11	3,8	67	1	

<b>Auf der Reeperbahn nachts um halb eins</b>	38	21	19	12	8	5	2,5	5	12
Schatzi, schenk mir ein Foto	14	10	11	7	7	17	3,5	51	3
<b>Er gehört zu mir</b>	37	22	23	17	9	11	2,8	1	0
Wir lassen uns das Singen nicht verbieten	4	4	12	8	6	6	3,7	77	3

**Seite 5, Frage 8: Welcher Schlager existiert? (Pflichtfrage)  
Komm, hol das...**

120 Teilnehmer	n	%
... Messer raus, denn es gibt Kaffee und Kuchen.	0	0%
<b>... Lasso raus, wir spielen Cowboy und Indianer.</b>	<b>111</b>	<b>93%</b>
... Handtuch raus, da stehen zehn nackte Frisösen.	1	1%
... Bierfass raus, denn ich bin hier am verdursten.	1	1%
Ich habe überhaupt keine Idee, ich kann nicht mal nach Bauchgefühl eine Entscheidung treffen.	7	6%

= korrekt

**Seite 5, Frage 9: Nach Ihrem Bauchgefühl - welche dieser Lieder sind für Sie ganz klar Schlager? (Pflichtfrage)**

111 Teilnehmer	Schlager	B	A	A = Kenne ich nicht. B = Kein Schlager
Ein Festival der Liebe (Jürgen Marcus)	74	3	34	
Weißer Rosen aus Athen (Nana Mouskouri)	89	9	13	
Faster, harder, Scooter (Scooter)	2	93	16	
Marmor, Stein und Eisen bricht (Drafi Deutscher)	105	6	0	
Waterloo (englische Version; ABBA)	30	78	3	
It's my life (Dr. Alban)	6	101	4	
Hier kommt Alex (Die Toten Hosen)	2	103	6	
Ich hab ne Zwiebel auf dem Kopf, ich bin ein Döner (Tim Toupet)	53	28	30	
Waterloo (deutsche Version; ABBA)	43	40	28	
Westerland (Die Ärzte)	10	100	1	
Viva Colonia (De Höhner)	74	24	13	
Wann fangt dann endlich d' Musi an (Marianne und Michael)	41	18	52	
Saturday Night (Whigfield)	11	77	23	
Wind of Change (Scorpions)	7	103	1	
Die kleine Kneipe (Peter Alexander)	60	6	45	

Wie ein Stern (Frank Schöbel)	31	5	75
We like to party (Venga Bus, The Vengaboys)	6	77	28
Neunundneunzig Luftballons (Nena)	37	73	1
Der goldene Reiter (Joachim Witt)	32	58	21
Griechischer Wein (Udo Jürgens)	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>1</b>

**Seite 6, Frage 10: Welche „wundervollen“ Schlagertextzeilen gibt es nicht?**

Bitte wählen Sie einen Punkt aus:

	n	%
119 Teilnehmer		
Wunder gibt es immer wieder/heute oder morgen...	7	6%
Ich weiß, es wird einmal ein Wunder geschehen/und...	19	16%
Griechischer Wein/ist so wunderbar wie Erde...	50	<b>42%</b>
Du bist ein Wunder/so wie ein Wunder/ein wunder Punkt...	26	<b>22%</b>
Ich habe überhaupt keine Idee, ich kann nicht mal nach Bauchgefühl eine Entscheidung treffen.	17	14%

= korrekt

**Seite 7, Frage 11: Sie sind wirklich ein Experte, absolut richtig!** [Weiterleitung zu S. 7 bei korr. Antwort auf S. 6; Abweichungen durch techn. Fehler]  
Es geht noch immer um die Schlager aus Frage 10.

Die Titel lauten:

- 1) Wunder gibt es immer wieder
- 2) Ich weiß, es wird einmal ein Wunder geschehen
- 3) Griechischer Wein
- 4) Du bist ein Wunder

Ordnen Sie die folgenden Interpreten bitte in der gleichen Reihenfolge wie die Titel, indem Sie die weißen Felder (links) in das Feld rechts ziehen. (Sie sind sich nicht sicher? Vertrauen Sie Ihrem Gefühl. Ansonsten ist es auch in Ordnung, wenn Sie diese Frage nicht beantworten.)

55 Teilnehmer	1	2	3	4	Ø korrekt	% korrekt	
Udo Jürgens	4	1	<b>43</b>	7	<b>3,0</b>	3	78%
Wolfgang Petry	2	2	6	<b>44</b>	<b>3,7</b>	4	80%
Zarah Leander	7	<b>44</b>	3	0	<b>1,9</b>	2	80%
Katja Ebstein	<b>42</b>	7	2	3	<b>1,4</b>	<b>1</b>	76%

**Seite 7, Frage 12: Der Schlager aus Frage 10 mit der Nummer \_\_ gefällt mir...**

(Wenn Sie einen Schlager nicht kennen, müssen Sie nichts tun. Sobald Sie den Schieberegler betätigen, verschwindet der Haken neben "Nicht antworten.")

60 Teilnehmer

Linker Pol (= 1)	1	2	3	4	5	Rechter Pol (= 5)	Ø
1) ... hervorragend.	8	17	7	16	9	1) ... überhaupt nicht.	3,0
2) ... hervorragend.	9	14	8	12	9	2) ... überhaupt nicht.	3,0
3) ... hervorragend.	17	21	7	8	6	3) ... überhaupt nicht.	2,4
4) ... hervorragend.	12	10	9	6	11	4) ... überhaupt nicht.	2,9

**Seite 8, Frage 13: Vor kurzem haben Sie Schlager benotet. Jetzt sehen Sie die passenden Interpreten.**

Bewerten Sie bitte jede/n Interpreten/in mit einer Schulnote. (Pflichtfrage)  
 Dabei kommt es nicht darauf an, Lied und Sänger/in gleich zu bewerten. Sie können sogar problemlos angeben, eine/n Sänger/in nicht zu kennen, obwohl Sie das Lied auswendig können. Bitte entscheiden Sie ganz spontan.  
 Schulnoten (1 = sehr gut, 6 = schrecklich)

120 Teilnehmer	1	2	3	4	5	6	Ø	A	B	A = Kenne ich nicht. B = Das ist für mich kein/e Schlager-sänger/in.
<b>Comedian Harmonists</b>	20	18	21	7	1	1	2,3	19	33	
<b>Klaus Lage Band</b>	10	16	20	11	6	1	2,8	43	13	
Die Flippers	4	9	14	22	23	31	4,4	11	6	
Olaf Henning	4	10	9	6	6	8	3,6	74	3	
DJ Ötzi	4	14	15	17	18	40	4,4	1	11	
Howard Carpendale	9	18	19	23	28	16	3,8	4	3	
Freddy Quinn	6	18	23	21	19	9	3,6	20	4	
Cindy & Bert	1	11	14	22	19	26	4,3	26	1	
Sonja Schmidt	0	0	1	1	1	0	4,0	117	0	
Nik P.	3	4	3	10	8	8	4,1	78	6	
Michael Wendler	4	11	6	11	13	42	4,7	28	5	
Wolfgang Lippert	0	4	14	6	13	17	4,5	41	25	
Jürgen Hart	0	0	1	0	2	0	4,3	115	2	
Alexandra	8	9	7	10	5	3	3,1	77	1	
Andrea Berg	11	12	15	16	26	27	4,1	11	2	

Seite 9, Frage 14: Wenn der Frühling kommt, dann schenk ich dir... (Pflichtfrage)

120 Teilnehmer	n	%
... weiße Rosen aus Athen.	16	13%
... Tulpen aus Amsterdam.	44	37%
... einen bunten Blumenstrauß.	5	4%
... weißen Flieder, der wieder blüht.	2	2%
Ich habe keine Ahnung.	53	44%

= korrekt

Seite 10, Frage 15: Es folgen weitere Stars von gestern und heute. Bewerten Sie bitte jede/n Ihnen bekannte/n Interpreten/in mit einer Schulnote. (Pflichtfrage)

Dabei kommt es nicht darauf an, ein Lied und Sänger/in gleich zu bewerten. Sie können sogar problemlos angeben, eine/n Sänger/in nicht zu kennen, obwohl Sie das Lied auswendig können. Bitte entscheiden Sie ganz spontan. Schulnoten (1 = sehr gut, 6 = schrecklich)

120 Teilnehmer	1	2	3	4	5	6	Ø	A	B	A = Kenne ich nicht. B = Das ist für mich kein/e Schlager-sänger/in.
Wolfgang Petry	17	21	24	21	18	16	3,4	0	3	
Michael Holm	9	11	17	15	14	7	3,5	45	2	
Lale Andersen	6	10	10	14	5	1	3,1	73	1	
Helene Fischer	15	14	12	20	15	18	3,6	23	3	
Jürgen Marcus	4	9	25	7	13	10	3,7	52	0	
Zarah Leander	12	24	21	16	8	8	3,1	28	3	
Rudi Schuricke	3	1	7	2	5	3	3,7	98	1	
Connie Francis	14	12	10	8	3	2	2,6	69	2	
Lys Assia	2	3	5	9	0	1	3,3	100	0	
Roy Black	7	14	22	26	21	21	4,0	9	0	
Heino	1	6	16	11	30	50	4,9	1	5	
Hans Albers	21	14	17	10	14	6	3,0	31	7	
Mickie Krause	9	8	13	7	16	38	4,4	21	8	
Marianne Rosenberg	15	27	21	22	17	13	3,3	4	1	
Tina York	0	4	7	7	5	4	4,0	93	0	

Seite 11, Frage 16: Mein kleiner grüner \_\_\_\_\_ steht draußen am \_\_\_\_\_, hollahi... (Pflichtfrage)

	n	%
120 Teilnehmer		
Kaktus - Balkon	119	100%
Laubfrosch - Brunnen	1	1%
Marsmensch - Raumschiff	0	0%
Artist - Trapez	0	0%

= korrekt

Seite 11:

In welcher Zeit war der obige Schlager ein Hit?

	n	%
120 Teilnehmer		
Weimarer Republik	73	61%
DDR-Zeit	28	24%
aktuell	4	3%
Kaiserzeit	2	2%
Ich habe überhaupt keine Vorstellung.	13	11%

= korrekt  
!

Seite 12, Frage 17: In drei Stichwörtern – was ist ein Chanson für Sie?

111 Teilnehmer

20er elegant wein  
 Akkordeon Nicht-Partysong französisch  
 alt getragen klimt  
 Alt schwer unsympathisch  
 anspruchsvoll akustisch Gitarre  
 anspruchsvoll melancholisch Künstler  
 anspruchsvoller Text Frankreich  
 bewusster Text  
 bier

Charme Wortwitz Schmelz  
 Ein erzählendes Lied, das sowohl textlich als auch  
 musikalisch eher an der Tradition der 1910er und 1020er  
 Jahre anknüpft (Holländer, Brecht) und eine höhere Qualität  
 und Komplexität als der Schlager besitzt.  
 Ein Lied mit musikalischem Anspruch, vorgetragen  
 von einer guten Gesangsstimme.  
 Erovision de la  
 Erzähl lied langsam Klavier

kumuliert	n	%
französisch	46	41%
Frankreich	14	13%
Lied	14	13%
Liebe	7	6%
+ zahlreiche Interpreten		

→ Fortsetzung auf der Folgeseite

folk, landesspezifisch, frankreich	französisch niveauvoll akkordeon	Lied französisch melodisch
Frankreich	französisch Schlager langsam	Lied Gedichtsform persönlich
Frankreich Bohme 20.Jahundert	französisch schlager piaf	Lied Liebe romantisch
frankreich gesungen melodie	französisch schmusig	Lied mit Gesang
Frankreich Kleinkunst Gefühl	französisch schön melancholisch	Lied Schlager deutsch
Frankreich Liebe Altes	französisch sinnlich weich	lied, textstark, wenig instrumente
Frankreich Lied Polärkultur	französisch weiblich schön	Lili Marlen Frankreich quaitativ hochwertiger als
Frankreich Lied Tradition	französische Liedermacher	Schlager keine elektronik
Frankreich mindestens 50 Jahre alt Liebeslied	französischer Schlager	Mann Frau gut
Frankreich Paris Piaf Brell anspruchsvoller Text	französisches Volkslied	Melodie Klavier romantisch
frankreich Piaf Brell	französisches Wort für Lied	melodisch ofnichtdeutschsprachig
Frankreich Rotwein schulzig	Fransösischsprachig nachdenklich	angenehmeralsSchlager
Frankreich Schlager	französdchie Lebensart	Musik französisch traurig
Fransöbisch, Schlager, Romantisch	gitarre selbstgemacht gefällig	nett
französisch niveau gut	hörbar	niveau kunst Anpruch
französisch romantisch melodisch	Inhalt französisch Anspruch	Ohrwurm leichter Text zum Mitsingen
französisch (2 x)	Interpret Komponist Text	originell lebensnah traurig
französisch akustisch Piaf	kein plan	Paris 20er-Jahre Gefühl Anspruch Piaf Piaf-Kinofilm
französisch ernst langsam	<b>kein Schlager, in der Regel etwas anspruchs-</b>	rauchig melancholisch schwer
französisch gefühlvoll melodisch	<b>vollerer Text - aber auch kein Bildungsprogramm</b>	Reim verständlich einfach
französisch getragen anders als Schlager	keine ahnung (4 x)	Schlager deutsch anspruchsvoll
französisch getragen gewollt-elegant	Klassisch einfach	Schlager französisch Kabarett
französisch guter text gute stimme	langsam melodisch andere Sprache	schlager international
französisch kenn ich nicht	langsam melodisch enthält Refrains	schnulzig, meistens über Liebe, leichter Text,
französisch langsam langweilig	langsam, Liebe, Schmalz, Herzschmerz, ballade	einfache Melodie
französisch liebe	Leicht Französisch beschwingt	Tanz Lied Leben
französisch Lied Frau	Liebe Französisch	Text Bedeutung Kultur
französisch lied kurz (2 x)	lieblich französisch seicht Liebe	text melodie sinn
französisch melancholisch bewegt	Lied Ausdruck Musik	tragend traurig französisch
Fransöbisch melancholisch textlastig	Lied Ballade schön	Trauer Liebe Geborgenheit
französisch melodisch Gesang	Lied einfach	unterhaltsam tragend musikalisch
Fransöbisch Melodisch Textlastig	Lied französisch Genre gehoben	Vergangenheit französisch Piaf
Fransöbisch Musik Gesang		

### Seite 13, Frage 18: Gibt es einen Schlagertitel, den Sie besonders in Ihr Herz geschlossen haben?

67 Teilnehmer (teilweise mehrere Nennungen)

[kumuliert, dafür Rechtschreibfehler korrigiert und Interpretennamen ergänzt.

Wenn unklar ist, welche Version gemeint ist, wurden die verschiedenen Möglichkeiten ergänzt.]

#### **Am Tag, als Conny Kramer starb (Juliane Werding) (3 x)**

Amsterdam (Cora oder Axel Fischer) (2 x)

An der Nordseeküste (Klaus & Klaus)

Auf der Reeperbahn nachts um halb eins (Hans Albers) (2 x)

Das was ich will, bist du (Münchner Freiheit)

Der lachende Vagabund (Fred Bertelmann) (2 x)

Du bist ein Wunder (Wolfgang Petry)

Du musst nur mit den Wimpern klimpern (Renate Kern)

Egon (Friedel Hensch und die Cyprys)

Ein Festival der Liebe (Jürgen Marcus)

Eine neue Liebe ist wie ein neues Leben (Jürgen Marcus)

Er gehört zu mir (Marianne Rosenberg) (2 x)

Er hat ein knallrotes Gummiboot (Wencke Myhre)

Er ist lang her (Nana Mouskouri)

Griechischer Wein (Udo Jürgens) (2 x)

Hörst du die Regenwürmer husten (Bernd Stelter oder Marcus Becker)

I sing a Liad für di (Andreas Gabalier)

Ich weiß nicht, was soll es bedeuten (Loreley; Die Flippers)

Ich will keine Schokolade (Trude Herr) (2 x)

Im Wagen vor mir (Henry Valentino und Uschi)

Italienische Sehnsucht (Oliver Frank) (2 x)

Jenseits von Eden (Nino de Angelo)

Komm, hol das Lasso raus (Olaf Henning)

Liebeskummer lohnt sich nicht (Siv Malmkvist)

Lotusblume (Flippers)

Manchmal möchte ich schon mit dir (Roland Kaiser)

Marmor, Stein und Eisen bricht (Drafi Deutscher)

Moskau (Dschingis Khan)

Mustafa (Leo Leandros)

Nur nicht aus Liebe weinen (Zarah Leander)

**Ohne dich (Münchener Freiheit) (4 x)**

Party-Hit-Mix (PUR)

Santa Maria (Roland Kaiser)

Schöner fremder Mann (Connie Francis)

Sie liebt den DJ (Olaf Henning)

**Tausendmal berührt (Klaus Lage Band) (5 x)**

Taxi nach Paris (Felix de Luxe)

Ti amo (Howard Carpendale) (2 x)

Tränen lügen nicht (Michael Holm) (2 x)

**Über den Wolken (Reinhard Mey) (3 x)**

Über sieben Brücken musst du gehen (Peter Maffay oder Karat)

Verdammt, ich lieb dich (Matthias Reim)

Verlieben, verloren, vergessen, verzeihen (Wolfgang Petry)

Viva Colonia (Höhner)

Was wollen wir trinken (BOTS)

Willst du mit mir gehen (Daliah Lavi)

Wirft der Arsch auch Falten (Mickie Krause)

#### Seite 14, Frage 19: Welchen Schlager hassen Sie absolut?

66 Teilnehmer (teilweise mehrere Nennungen)

- Aber bitte mit Sahne (Udo Jürgens)
- Amsterdam (Cora oder Axel Fischer)
- Anton aus Tirol (DJ Ötzi) (5 x)**
- Da da da (Trio)
- Das rote Pferd (Marcus Becker)
- Die Gefühle haben Schweigepflicht (Andrea Berg)
- Die schwarze Barbara (Heino)
- Du gehst fort (Adam & Eve)
- Egoist (Falco)
- Ein Bett im Kornfeld (Jürgen Drews)
- Ein bisschen Spaß muss sein (Roberto Blanco)
- Ein Stern, der deinen Namen... (Nik P./DJ Ötzi) (11 x)**
- Er gehört zu mir (Marianne Rosenberg) (5 x)**
- Es steht ein Pferd auf dem Flur (Klaus & Klaus)
- Fiesta Mexicana (Rex Gildo)
- Finger im Po – Mexiko (Mickie Krause) (2 x)
- Ganz in Weiß (Roy Black)

#### Weitere Nennungen

- alle anderen
- Alles vom Wendler, alles von der Berg, alles was sich heute Schlager schimpft
- alles was sehr volkstümlich / nationalistisch ist
- Ballermann und Partyhits (zähle ich eig. nicht unbedingt als eigentlich alle....
- Jeden!
- Michel wendler
- Mickie Krause&Co
- Sind zu viele für eine absolute Auswahl.
- viele - vergesse ich aber sofort wieder

- Griechischer Wein (Udo Jürgens) (2 x)
- Herzlein (Wildecker Herzbuben)
- Hoch auf dem gelben Wagen (Heino)
- Karamba karacho ein Whiskey (Heino)
- Lebt denn der alte Holzmichl noch (De Randfichten)
- Marmor, Stein und Eisen bricht (Drafi Deutscher)
- Neunundneunzig Luftballons (Nena)
- Schatzi, schenk mir ein Foto (Mickie Krause) (2 x)
- Schwarzbraun ist die Haselnuss (Heino)
- Sie liebt den DJ (Michael Wendler) (3 x)**
- Tausendmal belogen (Andrea Berg)
- Tausendmal berührt (Klaus Lage Band)
- Theo, wir fahrn nach Lodz (Vicky Leandros)
- Wahnsinn (Wolfgang Petry) (2 x)
- Weißer Rosen aus Athen (Nana Mouskouri)
- Zehn nackte Friseurinnen (Mickie Krause)

#### Seite 15, Frage 20: Gibt es einen Schlagerstar, den Sie besonders in Ihr Herz geschlossen haben?

46 Teilnehmer (teilweise mehrere Nennungen)

- Alexandra (2 x)
- Boney M
- Brings
- Caterina Valente
- Connie Francis
- Daliah Lavi
- Die Flippers (3 x)**

- Doris Day
- Gitte Hænning (2 x)
- Hans Albers (2 x)
- Harry Belafonte
- Heino
- Helene Fischer (5 x)**
- Katja Ebstein

- Nicole
- Olaf Henning (3 x)**
- Peter Maffay (3 x)**
- Roland Kaiser
- Roy Black (2 x)
- Udo Jürgens
- Wolfgang Petry (4 x)**
- Zarah Leander (2 x)

**Seite 16, Frage 21: Welchen Schlagerstar mögen Sie am wenigsten?**

69 Teilnehmer (teilweise mehrere Nennungen)

**Andrea Berg (3 x)**  
 Christian Anders  
 Die Flippers  
**DJ Ötzi (8 x)**  
 Florian Silbereisen  
**Heino (14 x)**

**Jürgen Drews (aka. „König von Mallorca“; 3 x)**  
 Matthias Reim  
 Michael Holm  
**Michael Wendler (14 x)**  
**Mickie Krause (7 x)**

Nena  
**Roberto Blanco (4 x)**  
 Roland Kaiser (2 x)  
 Stefan Mross  
 Wolfgang Petry (2 x)

**Weitere Nennungen**

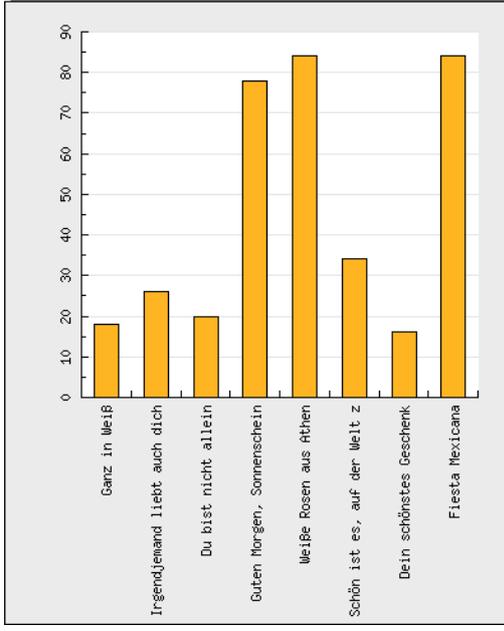
viele...  
 alles was sehr  
 volkstümlich/nationalistisch ist  
 (z. B. Kastelruther Spatzen)  
 viele  
 die ganze Mallorca-Clique

**Seite 17, Frage 22: Welche DREI Lieder sang Roy Black NICHT: (Pflichtfrage)**

(Es existieren generell alle angegebenen Titel, nur drei wurden eben nicht von Roy Black gesungen.)

	n	%
Ganz in Weiß	18	15%
Irgendjemand liebt auch dich	26	22%
Du bist nicht allein	20	17%
Guten Morgen, Sonnenschein	78	<b>65%</b>
Weiße Rosen aus Athen	84	<b>70%</b>
Schön ist es, auf der Welt zu sein	34	28%
Dein schönstes Geschenk	16	13%
Fiesta Mexicana	84	<b>70%</b>

= korrekt  
 = korrekt  
 = korrekt



**Seite 17, Frage 23: Wie haben Sie die obigen drei Titel ausgewählt?**

120 Teilnehmer

Ich bin ein Fan und kenne die mich aus mit Roy Black.

Obwohl ich kein Fan bin, habe ich die Musik oft genug gehört, um sicher zu sein.

Ich habe überhaupt keine Ahnung und habe geraten.

Ich weiß, wer die anderen Titel gesungen hat → Ausschlussverfahren.

Die ausgewählten Titel passen nicht zu dem Image, das ich von Roy Black kenne.

	n	%
Ich bin ein Fan und kenne die mich aus mit Roy Black.	2	2%
Obwohl ich kein Fan bin, habe ich die Musik oft genug gehört, um sicher zu sein.	27	23%
Ich habe überhaupt keine Ahnung und habe geraten.	59	<b>49%</b>
Ich weiß, wer die anderen Titel gesungen hat → Ausschlussverfahren.	47	<b>39%</b>
Die ausgewählten Titel passen nicht zu dem Image, das ich von Roy Black kenne.	15	13%

**Seite 18, Frage 24:** Es ist fast geschafft. Bitte beantworten Sie noch einige Fragen zu Ihrer Person. Selbstverständlich wird nichts davon mit Ihrer E-Mail-Adresse in Verbindung gebracht, auch wenn Sie sie auf der Folgeseite angeben.

**Ich bin \_\_\_ Jahre alt. (Pflichtfrage)**  
(Anteil in der Gesamtbevölkerung in Klammern)

120 Teilnehmer	n Periode	%	Alter	n
<b>15–20 Jahre (5%)</b>	1	<b>1%</b>	19	1
<b>21–25 Jahre (6%)</b> (Zuzüge 2009, 18–25 J. = 22%)*	25	<b>21%</b>	21 22 23 24 25	3 3 2 5 12
<b>26–30 Jahre (6%)</b> (Zuzüge 2009, 25–30 J. = 22%)*	40	<b>33%</b>	26 27 28 29 30	7 9 8 11 5
<b>31–35 Jahre (6%)</b> (Zuzüge 2009, 30–50 J. = 10%)*	15	<b>17%</b>	31 32 33 35	3 5 5 2
<b>36–40 Jahre (6%)</b>	10	<b>8%</b>	36 37 39 40	5 2 2 1

	n Periode	%	Alter	n
<b>41–45 Jahre (8%)</b>	14	12%	41 42 43 44 45	3 5 2 3 1
<b>46–50 Jahre (9%)</b>	2	2%	47 50	1 1
<b>51–55 Jahre (7%)</b> (Zuzüge 2009, > 50 J. = 2%)*	5	4%	51 52 54 55	1 2 1 1
<b>56–60 Jahre (5%)</b>	2	4%	57 58	1 1
<b>61–65 Jahre (5%)</b>	6	5%	61 62 63 64	2 1 2 1
<b>Durchschnittsalter Umfrage:</b>				<b>34</b>
<b>Durchschnittsalter Bundesrepublik**:</b>				<b>43</b>

Gesamtbevölkerung am 31.12.2009: 81.802.300 Menschen.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2011. Kap. 2. 44 bzw. 69.

Abzurufen unter [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Bevoelkerung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Bevoelkerung.pdf?__blob=publicationFile). Link kontrolliert: 20.08.2012.

\* Bezogen auf jeweils 1.000 Einwohner der gleichen Altersgruppe. Erfasst wurden hier nur Zuzüge von Ausländer/innen.

\*\* Quelle: <http://www.geographixx.de/einwohner/infos.asp?land=Deutschland>. Link kontrolliert: 20.08.2012.

**Seite 18, Frage 25: Wo wurden Sie geboren? (Pflichtfrage)**

	n	%
120 Teilnehmer		
in der Bundesrepublik Deutschland	99	83%
in der Deutschen Demokratischen Republik	15	13%
in Österreich, der Schweiz oder Liechtenstein	1	1%
im nichtdeutschsprachigen Ausland, aber ich habe deutsche Wurzeln	3	3%
im nichtdeutschsprachigen Ausland, aber ich bin nach Deutschland gekommen, bevor ich angefangen habe, zu sprechen	2	2%
Keine der anderen Antworten trifft auf mich zu.	0	0%

Bevölkerung 1990: 63.726.000 (ca. 80%) in der BR Deutschland und 16.028.000 (ca. 20%) in der DDR (gesamt: 79.754.000).

Quelle: Statistisches Bundesamt 2012, <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/LangeReihen/Bevoelkerung/lrbev03.html>. Link kontrolliert: 20.08.2012.

Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Deutschland: 6,8 Millionen Menschen = 8,3% (31.12.2010)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2011. Kap. 2. 52. Link siehe Frage 24.

**Seite 19, Frage 26: Wenn Sie aus einem nichtdeutschsprachigen Land kommen, geben Sie bitte hier den Namen des Landes ein:**

1 Teilnehmer  
Siebenbürgen (Rumänien)

**Seite 20, Frage 27: Ich bin: (Pflichtfrage)**

	n	%	ø BR*
120 Teilnehmer			
weiblich.	79	66%	51%
männlich.	41	34%	49%

\* Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2011. Kap. 2. 48. Link siehe Frage 24.

**Seite 21, Frage 28: In der Regel verliebe ich mich in:**

(Wenn Ihnen die Beantwortung unangenehm ist, können Sie diese Frage natürlich überspringen. Egal, wie Sie sich entscheiden, die Beantwortung dieses Fragebogens erfolgt völlig anonym. Selbst wenn Sie zum Abschluss Ihre E-Mail-Adresse angeben, wird sie bei der Auswertung nicht mit Ihren Antworten in Verbindung gebracht.)

	n	♀ + ♂	♀ + ♀	♂ + ♂
117 Teilnehmer				
Frauen.	34	32	2	0
Männer.	86	77	0	9

(beide Tn. unter ♀ + ♀ und ein Tn. unter ♂ + ♂ gaben auch an, sich in das jeweilige andere Geschlecht zu verlieben.)

**Seite 22, Frage 29: Welchen Schulabschluss haben sie erreicht (bitte nur den höchsten auswählen)? (Pflichtfrage)**

120 Teilnehmer	n	%	Ø BR*
Haupt- bzw. Volksschulabschluss, ggf. erweitert	4	3%	36%
Realschulabschluss, ggf. erweitert	28	23%	29%
Fachabitur/Abitur/Handelsschule etc.	88	73%	27%
kein Schulabschluss	0	0%	4%

\* Durchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland. Quelle: Statistisches Bundesamt 2011, <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Bildungsstand/Tabellen/BildungsabschlussAlterAS.html> Link kontrolliert: 20.08.2012. Ergebnis des Mikrozensus. Personen im Alter von 15 Jahren und mehr.

**Seite 22, Frage 30: Nach Ihrem Schulabschluss - welchen weiteren Abschluss haben Sie erreicht (wiederum nur den höchsten)?**

120 Teilnehmer	n	%	Ø BR*
abgeschlossene Lehre (Geselle)/Ausbildung	38	32%	50%
Facharbeiter/Fachwirt/Vergleichbares	4	3%	9%
Meister	3	3%	
Bachelor	26	22%	7%
Magister, Diplom, Master etc.	34	28%	
Doktor	3	3%	1%
Professor	0	0%	
nichts davon	12	10%	27%

\* Durchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland. Quelle: Statistisches Bundesamt 2011, <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Bildungsstand/Tabellen/BildungsabschlussAlterBB.html> Link kontrolliert: 20.08.2012. Ergebnis des Mikrozensus. Personen im Alter von 15 Jahren und mehr.

**Seite 22, Frage 31: Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen, also das Geld, das Sie zum Ausgeben zur Verfügung haben. Bitte zählen Sie auch Zuwendungen von Ihrer Familie/Ihren Freunden oder staatliche Leistungen wie BAföG hinzu.**

115 Teilnehmer	n	%	Ø BR*
weniger als 500 €	10	9%	12%
bis 1.000 €	33	29%	ca. 20%
bis 2.000 €	41	36%	ca. 27%
bis 3.000 €	21	18%	ca. 10%
bis 4.000 €	9	8%	4%
mehr	1	1%	

\* Durchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland. Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2011. Kap. 3.89. Abzurufen unter [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Arbeitsmarkt.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/Arbeitsmarkt.pdf?__blob=publicationFile). Link kontrolliert: 20.08.2012. Da die Unterteilung in Nettoeinkommensklassen leicht abweicht, wurden teilweise Zirkangaaben gemacht. Werte von 2010 für Erwerbstätige.

**Seite 23, Frage 32: Urlaubsziele (Sommer)**

Wenn Sie in den Sommerurlaub\* fahren, welches Ziel bevorzugen Sie? Es geht nicht um tatsächliche Reisen, sondern um Ihre Wünsche. Zusätzlich zu den Zielen geben Sie bitten unten an, warum Sie verreisen.

1 = Favorit, 5 = gänzlich uninteressant

\*als Gegensatz zu Winterurlaub, nicht bezogen auf die Jahreszeit. Wenn Sie also im März oder Oktober nach Mallorca fliegen, ist auch „Sommerurlaub“ gemeint; wenn Sie im März zum Skilaufen fahren, „Winterurlaub“.

120 Teilnehmer	1	2	3	4	5	$\theta$
<b>Italien</b>	28	43	22	11	8	<b>2,4</b>
<b>Frankreich</b>	22	36	30	12	7	<b>2,5</b>
BeNeLux	4	12	31	37	19	<b>3,5</b>
<b>Skandinavien</b>	31	34	21	13	11	<b>2,5</b>
<b>Großbritannien oder Irland</b>	28	25	26	17	12	<b>2,6</b>
Ungarn	3	10	34	39	21	<b>3,6</b>
<b>Übersee</b>	35	29	16	12	15	<b>2,5</b>
<b>Spanien: Balearen</b>	20	27	30	18	14	<b>2,8</b>
<b>Spanien: Kanaren</b>	24	32	25	14	13	<b>2,6</b>
<b>Spanien: Festland</b>	14	32	31	19	9	<b>2,8</b>
<b>Deutschland: Nord- oder Ostsee</b>	35	43	19	8	9	<b>2,2</b>
Deutschland: Gebirge	11	22	29	28	17	<b>3,2</b>
übriges Deutschland	3	19	44	31	9	<b>3,2</b>
Österreich	6	20	32	33	18	<b>3,3</b>
Schweiz	8	17	26	32	23	<b>3,4</b>
Ich fahre nie/selten in den Sommerurlaub.	7	17	21	7	30	<b>3,4</b>
Mein Favorit ist nicht dabei.	8	3	11	7	42	<b>4,0</b>
Im Urlaub brauche ich Kultur (d. h. Museen, Sehenswürdigkeiten, „Land & Leute“).	32	36	20	8	14	<b>2,4</b>
Im Urlaub genieße ich meine Ruhe/lese ich/liege ich am Strand o.Ä.	33	25	30	11	8	<b>2,4</b>
Im Urlaub treibe ich vor allem Sport.	4	13	26	28	35	<b>3,7</b>
Im Urlaub wird gefeiert, so viel es geht.	3	13	26	21	40	<b>3,8</b>

**Seite 23, Frage 33: Urlaubsziel (Winter)**

Wenn Sie in den Winterurlaub\* fahren, welches Ziel bevorzugen Sie? Es geht nicht um tatsächliche Reisen, sondern um Ihre Wünsche.  
1 = Favorit, 5 = gänzlich uninteressant

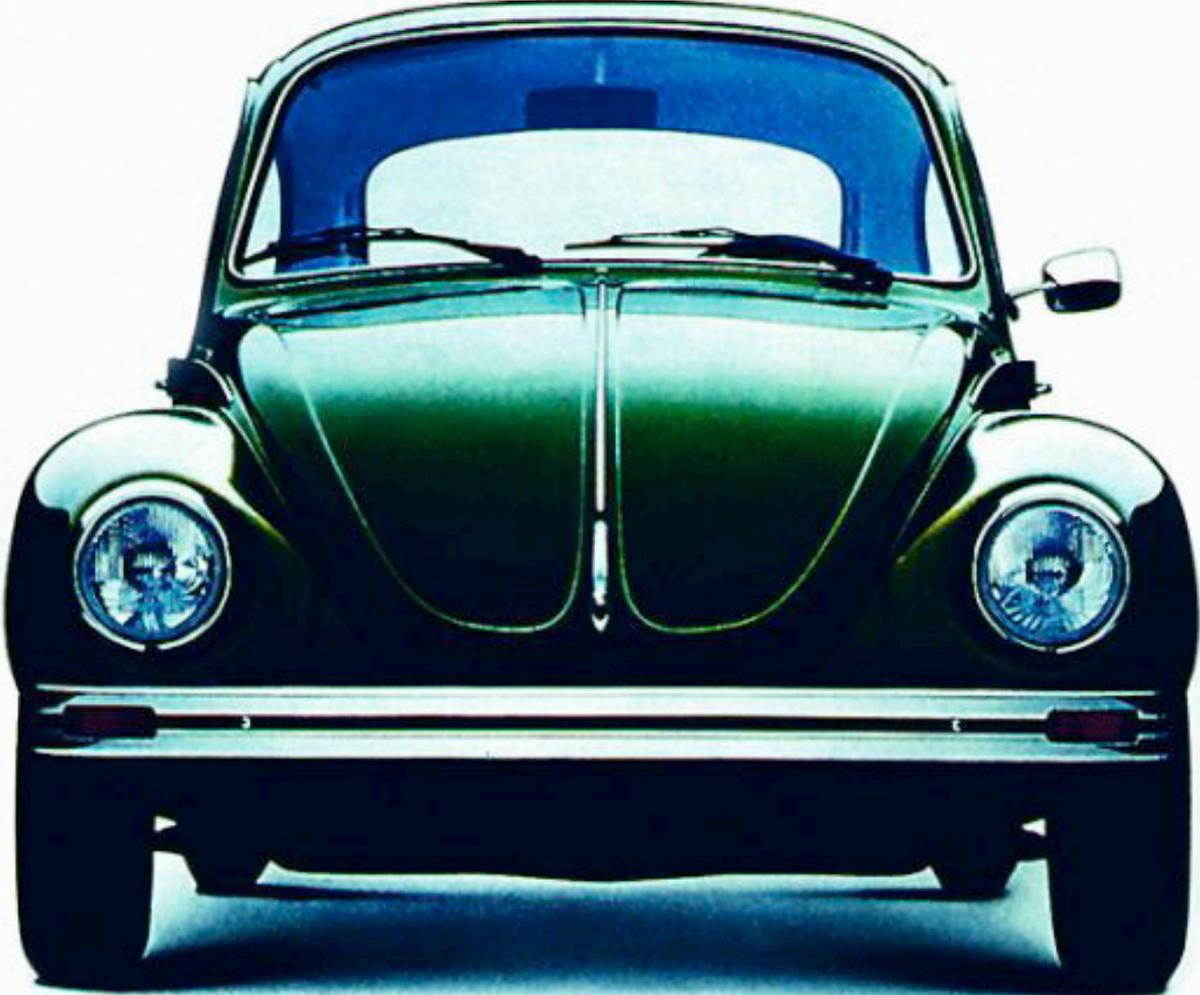
\*als Gegensatz zu Sommerurlaub, nicht bezogen auf die Jahreszeit. Wenn Sie also im März oder Oktober nach Mallorca fliegen, ist auch „Sommerurlaub“ gemeint; wenn Sie im März zum Skilaufen fahren, „Winterurlaub“.

115 Teilnehmer	1	2	3	4	5	$\theta$
Deutschland (Harz)	9	14	19	16	30	3,5
Deutschland (Alpen)	6	25	15	12	27	3,3
Frankreich	4	19	21	16	28	3,5
Schweiz	12	22	13	13	27	3,2
<b>Österreich</b>	17	29	14	11	20	2,9
Tschechien	2	3	14	26	42	4,2
andere osteuropäische Länder	2	2	13	20	48	4,3
Übersee (z. B. Kanada)	7	20	14	16	28	3,5
<b>Ich fahre nie/selten in den Winterurlaub.</b>	44	20	11	7	18	2,4
Mein Favorit ist nicht dabei.	14	1	17	3	32	3,6

**Seite 24, Frage 34: Wann konsumieren Sie alkoholische Getränke?**

117 Teilnehmer

Nach Feierabend trinke ich gern ein/zwei Bier/Glas Wein.	20
<b>Wenn ich am Wochenende ausgehe, trinke ich ein, zwei Gläschen.</b>	72
Wenn ich feiern gehe, haue ich auf den Putz und trinke auch schon mal bis zum Umfallen.	24
Ich lehne Alkohol aus religiösen/weltanschaulichen Gründen ab. Ich brauche das nicht.	1
Alkohol ist ein fester Bestandteil meines Urlaubs.	6
<b>Im Urlaub trinke ich manchmal mehr Alkohol als im Alltag.</b>	50
Ich habe schlechte Erfahrungen gemacht oder es gibt medizinische Gründe. Deshalb trinke ich keinen/sehr wenig Alkohol.	14
Wenn ich Sorgen habe, trinke ich mehr als wenn es mir gut geht.	5
In den (Sport-, Schützen-, Kegel-, Schach- etc.) Vereinen, in denen ich aktiv bin, wird viel Alkohol konsumiert. Da trinke ich mit.	5
Alkoholische Getränke beruhigen/entspannen mich.	9
Ich trinke Alkohol, um in Schwung zu kommen.	21
Ich mag den Geschmack von Alkohol nicht.	3
Alkohol ist mir zu teuer, darum trinke ich nicht oder nur, wenn ich nicht dafür bezahlen muss.	1
Wenn ich Alkohol trinke, singe ich gern.	24
<b>Wenn ich Alkohol trinke, tanze ich lieber, als wenn ich nüchtern bin.</b>	48
Keine Antwort passt auf mich, darum schreibe ich hier kurz, was ich denke:	16
Gelegenheit und Gesellschaft bestimmen wieviel man trinkt	
ich trinke, wenn ich schon gut drauf bin, bei schlechter Laune trinke ich nicht od. weniger - Spaß haben geht auch ohne	
brauche keinen Alkohol	
Alkohol interessiert mich nicht, aber das keine religiösen oder medizinischen oder sonstigen Gründe	
Was hat das mit Schlagen zu tun? :)	
Ich trinke selten und wenig Alkohol und wenn, dann nur in Gesellschaft und weil es in dem Moment schmeckt.	
Ab und zu ein Glas Wein, aber sehr selten.	
Ich trinke gelegentlich aus Genuss einige Gläser Wein; sonst zum Feiern und anderen Anlässen allerdings so gut wie nie Alkohol.	
trinke (grundlos) sehr selten Alkohol	beim feiern trinke ich ganz gern mal etwas
Ich trinke selten, aber dann heftig	Ich mag nicht anders sein, deshalb fast kein Alkohol
sehr, sehr selten ein Glas Wein. Sonst nur Mineralwasser.	Ich trinke nicht.
ich trinke nur sehr selten und dann wenig	Alkohol ist ein großes Problem der Gesellschaft.



**Da weiß man,  
was man hat.**

Man hat vor allem ein Auto, von dem man lange was hat. Die durchschnittliche Lebensdauer eines Käfers beträgt laut einer Statistik des schwedischen TÜV 12 Jahre und sieben Monate.



**Abbildung 1.** Anzeige von Volkswagen (frühe 1970er-Jahre). Quelle: [http://www.redbox.de/news/\\_data/zoom\\_Ervolkswerbung\\_da\\_weiss\\_man\\_was\\_man.jpg](http://www.redbox.de/news/_data/zoom_Ervolkswerbung_da_weiss_man_was_man.jpg). Link kontrolliert: 29.08.2012.

Zu 4.4



Abbildung 2. Plakat von Stadt und Land in der Berliner U-Bahn-Station Alexanderplatz (Linie U8) am 18.07.2012 (Foto: SM).



Abbildung 3. Anzeigenmotiv der Zigarettensmarke Lucky Strike (British American Tobacco) aus dem Jahr 2000. (Rechts: Beispiel aus dem Jahre 1990 zum Vergleich). Quelle (für diese und 98 weitere Motive): <http://www.flickr.com/photos/macnotes/sets/72157621948920996/>. Link kontrolliert: 21.08.2012.

Zu 4.4



Abbildung 4. Printmotiv der Firma Sixt mit Matthias Reim. Quelle: [http://bc03.rp-online.de/1318286728!/httpImage/3954270884.jpg\\_gen/derivatives/rpo\\_zoom1024/3954270884.jpg](http://bc03.rp-online.de/1318286728!/httpImage/3954270884.jpg_gen/derivatives/rpo_zoom1024/3954270884.jpg). Link kontrolliert: 29.08.2012.



Abbildung 5. Aushang in Berlin mit Matthias Reim. Quelle: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=414071675270408&set=a.341335185877391.91674.213775278633383&type=1&theater>. Geteilt im September 2012 auf Facebook. Link kontrolliert: 06.09.2012.

Arbeitsblatt 1 zu 5.3.2

A. Was mach(e) ich arme Frau?

B. Montag ist ein Tag,

C. der Freitag, Samstag blau.

D. Donnerstag ist grau,

E. der Mittwoch eine Plag(e)!

F. Dienstag ist wie Montag.

G. Aber dann am Sonntag:

H. den ich gar nicht mag.

1. Aufgabe:

Der Text aus dem Lied *Sieben einsame Tage* ist durcheinandergeraten! Wie ist der Text richtig?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

6. \_\_\_\_\_

7. \_\_\_\_\_

8. \_\_\_\_\_

2. Aufgabe: Schreiben Sie auf, wie die Wochentage heißen.

e Woche, -n

r Tag, -e

s Wochenende, -n

September		36. Woche				
Mon	D	M	D	F	S (Sonnabend)	So
3	4	5	6	7	8	9

## Arbeitsblatt 2 zu 5.3.2

*Sieben einsame Tage* (1955; Illo Schieder)

Sieben Tage lang wart(e) ich nur auf dich.  
Immer frag ich bang(e):  
Wann denkst du an mich?

Jede Nacht um drei werd(e) ich vor Sehnsucht wach.  
Diese Warterei macht mich schon langsam schwach:

Sieben einsame Tage und noch viel mehr.  
Sieben einsame Nächte, mein Herz ist schwer.  
Eine Woche verloren\* und noch allein.  
Ich bin nicht geboren zum Einsamsein.

**Montag ist ein Tag,  
den ich gar nicht mag.  
Dienstag ist wie Montag,  
der Mittwoch eine Plag(e)!  
Donnerstag ist grau,  
der Freitag, Samstag blau.  
Aber dann am Sonntag:  
Was mach(e) ich arme Frau?**

\* Infinitiv: verlieren

3. Aufgabe: Schreiben Sie auf: Was macht Paula, wenn sie nicht wartet?

*Sie hört am Montag Musik.*

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Arbeitsblatt 1 zu 5.4.2

1. Aufgabe: Raten Sie, welche Wörter in die Lücken gehören.

*Mein* \_\_\_\_\_, *der* \_\_\_\_\_ (1968; Alexandra)

Ich wollt dich längst schon wiederseh'n, mein alter \_\_\_\_\_ aus Kindertagen

Ich hatte manches dir zu \_\_\_\_\_ und wusste, du wirst mich versteh'n

Als kleines \_\_\_\_\_ kam ich schon zu dir, mit all den Kindersorgen

Ich fühlte mich bei dir geborgen und aller \_\_\_\_\_ flog davon

Hab ich in deinem \_\_\_\_\_ geweint, strichst du mit deinen grünen Blättern

Mir übers \_\_\_\_\_, mein alter Freund

2. Aufgabe: Was meinen Sie, welche Aussage passt am besten zu dem Freund, mit dem Alexandra spricht?

- 1. Ihr Großvater war immer für sie da, zusammen haben sie oft im Garten gegessen. Er hat ihr Märchen erzählt und ihr zugehört.
- 2. Ein Kanarienvogel namens Pucki war ihr bester Freund, als sie ganz klein war. Er zwitscherte und sie erzählte ihm ihre Sorgen.
- 3. Ein großer, alter Baum stand in einem Wald in der Nähe ihres Elternhauses. Dort lief sie immer hin, wenn sie Sorgen hatte.
- 4. Das Auto, das ihr Vater hatte, als sie noch klein war, war für sie wie ein Freund, weil die Familie so viel im Auto unterwegs war.

## Arbeitsblatt 2 zu 5.4.2

*Mein Freund, der Baum* (1968; Alexandra)

[Gesamter Text]

Ich wollt dich längst schon wiederseh'n, mein alter Freund aus Kindertagen  
Ich hatte manches dir zu sagen und wusste, du wirst mich versteh'n  
Als kleines Mädchen kam ich schon zu dir, mit all den Kindersorgen  
Ich fühlte mich bei dir geborgen und aller Kummer flog davon  
Hab ich in deinem Arm geweint, strichst du mit deinen grünen Blättern  
Mir übers Haar, mein alter Freund

### **Mein Freund, der Baum, ist tot, er fiel im frühen Morgenrot**

Du fielst heut früh, ich kam zu spät, du wirst dich nie im Wind mehr wiegen  
Du musst gefällt am Wege liegen und mancher, der vorüber geht,  
Der achtet nicht den Rest von Leben und reißt an deinen grünen Zweigen,  
Die sterbend sich zur Erde neigen, wer wird mir nun die Ruhe geben,  
Die ich in deinem Schatten fand, mein bester Freund, ist mir verloren,  
Der mit der Kindheit mich verband

### **Mein Freund, der Baum, ist tot, er fiel im frühen Morgenrot**

Bald wächst ein Haus aus Glas und Stein, dort wo man ihn hat abgeschlagen  
Bald werden graue Mauern ragen, dort wo er liegt im Sonnenschein  
Vielleicht wird es ein Wunder geben, ich werde heimlich darauf warten  
Vielleicht blüht vor dem Haus ein Garten und er erwacht zu neuem Leben  
Doch ist er dann noch schwach und klein und wenn auch viele Jahren gehen,  
Er wird nie mehr derselbe sein