

WESTFÄLISCHE  
WILHELMS-UNIVERSITÄT  
MÜNSTER

# Der Erfolg des schwedischen Musikexportes

Eine vergleichende Studie zum Export und zur Geschichte  
der populären Musik Schwedens und Deutschlands

Heike Imken



Nordische Philologie/Skandinavistik

**Der Erfolg des schwedischen Musikexportes –  
eine vergleichende Studie zum Export und zur Geschichte der populären  
Musik Schwedens und Deutschlands**

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung des Doktorgrades

der

Philosophischen Fakultät

der

Westfälischen Wilhelms-Universität

zu

Münster (Westf.)

vorgelegt von

Heike Imken

aus Meppen

2014

Tag der mündlichen Prüfung: 16. Oktober 2014

Dekan der Philosophischen Fakultät: Prof. Dr. Tobias Leuker

Erstgutachter: Prof. Dr. Uwe Ebel

Zweitgutachter: PD Dr. Harald Müller

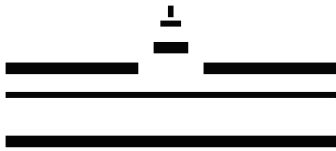
Drittgutachterin: Prof. Dr. Susanne Kramarz-Bein

**Heike Imken**

## **Der Erfolg des schwedischen Musikexportes**



**MV WISSENSCHAFT**



**WESTFÄLISCHE  
WILHELMS-UNIVERSITÄT  
MÜNSTER**

Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster

## **Reihe XVIII**

**Band 4**

**Heike Imken**

# **Der Erfolg des schwedischen Musikexportes**

Eine vergleichende Studie zum Export und zur Geschichte  
der populären Musik Schwedens und Deutschlands

## Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster

herausgegeben von der Universitäts- und Landesbibliothek Münster

<http://www.ulb.uni-muenster.de>

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Buch steht gleichzeitig in einer elektronischen Version über den Publikations- und Archivierungsserver der WWU Münster zur Verfügung.

<http://www.ulb.uni-muenster.de/wissenschaftliche-schriften>

Heike Imken

„Der Erfolg des schwedischen Musikexportes. Eine vergleichende Studie zum Export und zur Geschichte der populären Musik Schwedens und Deutschlands“

Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster, Reihe XVIII, Band 4

© 2014 der vorliegenden Ausgabe:

Die Reihe „Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster“ erscheint im Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat OHG Münster

[www.mv-wissenschaft.com](http://www.mv-wissenschaft.com)

Dieses Werk ist unter der Creative-Commons-Lizenz vom Typ 'CC BY-SA 3.0 DE' lizenziert: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>



ISBN 978-3-8405-0115-9 (Druckausgabe)  
URN urn:nbn:de:hbz:6-61339381358 (elektronische Version)

direkt zur Online-Version:

© 2014 Heike Imken  
Alle Rechte vorbehalten



Satz: Heike Imken  
Titelbild: *ABBA in AVRO's TopPop in 1974* / von AVRO  
(FTA001019454\_012 from Beeld & Geluid wiki),  
via Wikimedia Commons, lizenziert unter CC-BY-SA-3.0  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)

Umschlag: MV-Verlag  
Druck und Bindung: MV-Verlag

# Danksagung

„Music was my first love and it will be my last“

John Miles

Ohne die Liebe zur Musik wäre das Schreiben dieser Dissertation nicht möglich gewesen. Auch die Unterstützung mehrerer Personen hat zur erfolgreichen Fertigstellung der vorliegenden Dissertation beigetragen. Mein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater Prof. Dr. Uwe Ebel, der mir den nötigen Freiraum gab, mir jederzeit hilfsbereit zur Seite stand und wertvolle, konstruktive Anmerkungen machte. Des Weiteren bedanke ich mich herzlich bei PD Dr. Harald Müller, der die Zweitbegutachtung und die mündliche Prüfung übernahm. Prof. Dr. Susanne Kramarz-Bein danke ich für die Übernahme des Drittgutachtens. Meiner Nebenfachprüferin Prof. Edeltraud Bülow sowie den Beisitzern der mündlichen Prüfungen Dr. Sandra Mischliwietz und Dr. Matthias Steinhorst möchte ich besonderen Dank aussprechen. Für das Korrekturlesen einzelner Kapitel bedanke ich mich bei Alexandra Fabricius, Anna Frewer, Bastian Haase, Jenny Hagedorn und Heike Havermeier. Mein weiterer Dank gilt den Musikern und Vertretern der Musikindustrie, die sich bereit erklärten, an der empirischen Untersuchung teilzunehmen bzw. meine Fragen zu beantworten. Auch möchte ich mich herzlichst bei meiner Familie sowie meinem Freund Christoph Steinhorst für die Unterstützung bedanken.

Münster, im November 2014





# Inhalt

<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2 Grundlegende Begriffsdefinitionen</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Musikexport</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Rock-, Pop- und Populärmusik</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Nation, kulturelle Identität und Globalisierung</b>	<b>22</b>
<b>3 Vergleichende Musikgeschichte der Populärmusik Schwedens, Dänemarks und Deutschlands</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Populärmusik in Schweden</b>	<b>30</b>
3.1.1 50er Jahre	31
3.1.1.1 Ragnar Nygren alias Rock-Ragge	38
3.1.1.2 Karl Lennart „Boris“ Lindqvist alias Rock-Boris	40
3.1.1.3 Karl-Gerhard Lundkvist alias Little Gerhard	41
3.1.2 60er Jahre	43
3.1.2.1 The Hep Stars	52
3.1.2.2 Tages	54
3.1.2.3 Ola & The Janglers	56
3.1.2.4 The Spotnicks	57
3.1.3 70er Jahre	59
3.1.3.1 ABBA	65
3.1.3.2 Blue Swede	69
3.1.3.3 Ulf Lundell	70
3.1.4 80er Jahre	71
3.1.4.1 Europe	74
3.1.4.2 Secret Service	75
3.1.4.3 Roxette	77
3.1.5 90er Jahre	79
3.1.5.1 Ace of Base	84
3.1.5.2 Dr. Alban	86
3.1.5.3 The Cardigans	87
3.1.6 Seit 2000	88
3.1.6.1 Robyn	94

3.1.6.2 Kent	96
3.1.6.3 The Hives	98
3.1.7 Zusammenfassung	99
<b>3.2 Populärmusik in Deutschland</b>	<b>101</b>
3.2.1 50er Jahre	102
3.2.1.1 Peter Kraus	107
3.2.1.2 Ted Herold	109
3.2.1.3 Caterina Valente	110
3.2.2 60er Jahre	111
3.2.2.1 The Lords	116
3.2.1.2 The Rattles	117
3.2.3 70er Jahre	118
3.2.3.1 Kraftwerk	126
3.2.3.2 Scorpions	128
3.2.3.3 Nina Hagen	130
3.2.4 80er Jahre	133
3.2.4.1 Modern Talking	139
3.2.4.2 Nena	141
3.2.4.3 Die Ärzte	143
3.2.5 90er Jahre	145
3.2.5.1 Blümchen	150
3.2.5.2 Scooter	151
3.2.5.3 Die Toten Hosen	153
3.2.6 Seit 2000	155
3.2.6.1 Tokio Hotel	159
3.2.6.2 Rammstein	161
3.2.6.3 Cascada	164
3.2.7 Zusammenfassung	165
<b>3.3 Exkurs: Populärmusik in Dänemark</b>	<b>166</b>
<b>3.4 Zusammenfassender Vergleich</b>	<b>192</b>
<b>4 Das schwedische Musikexportphänomen im Vergleich</b>	<b>199</b>
<b>4.1 Schweden als einer der größten Musikexporteure der Welt</b>	<b>200</b>
4.1.1 Statistiken zum schwedischen Musikexport	201

4.1.2 Die Vielfalt des schwedischen Musikexportes und sein Stellenwert in Schweden _____	213
4.1.3 Gründe für den Erfolg _____	217
4.1.3.1 Musikausbildung _____	218
4.1.3.2 Englischkenntnisse _____	225
4.1.3.3 Staatliche Subventionen/Musikförderung _____	233
4.1.3.3.1 Musikexportbüro _____	236
4.1.3.3.2 Nordic Music Export (NOMEX) und die Zusammenarbeit zwischen den skandinavischen Staaten _____	241
4.1.3.3.3 Musikexportpreis _____	244
4.1.3.4 Neue Technologien/Trendbewusstsein _____	247
4.1.3.5.1 Spotify _____	253
4.1.3.5 Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie / Zusammenwirken der Branchen _____	255
4.1.3.6 Das Schweden-Image _____	260
4.1.3.7 Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien _____	266
4.1.3.8 ABBA-Effekt _____	269
4.1.3.9 Weitere Faktoren _____	272
<b>4.2 Deutschland und der Musikexport _____</b>	<b>276</b>
4.2.1 Statistiken zum deutschen Musikexport _____	277
4.2.2 Die Vielfalt des deutschen Musikexportes und sein Stellenwert in Deutschland _____	284
4.2.3 Gründe für den Erfolg/Nichterfolg _____	286
4.2.3.1 Musikausbildung _____	287
4.2.3.2 Englischkenntnisse _____	291
4.2.3.3 Staatliche Subventionen _____	294
4.2.3.3.1 Musikexportbüro _____	296
4.2.3.4 Neue Technologien _____	301
4.2.3.4.1 Simfy _____	303
4.2.3.5 Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie / Das Zusammenwirken der Branchen _____	304
4.2.3.6 Das Image deutscher Musiker _____	306
4.2.3.7 Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien _____	308
4.2.3.8 Weitere Faktoren _____	309
<b>4.3 Zusammenfassender Vergleich _____</b>	<b>311</b>

<b>5 Empirische Untersuchung</b>	<b>325</b>
<b>5.1 Methodisches Vorgehen</b>	<b>325</b>
<b>5.2 Der Fragebogen</b>	<b>325</b>
<b>5.3 Auswertung: Welche Rolle spielen die einzelnen Faktoren für den Musikexporterfolg?</b>	<b>326</b>
5.3.1 Why do you sing in English and not in your mother tongue? And if you sing in your mother tongue, why don't you sing in English?	327
5.3.2 What do you think, why is your music successful abroad? What is special about your music?	329
5.3.3 What do you associate with music from your home country? Do you think your music is typical of your home country? Has your music got a geographic reference in it?	331
5.3.4 Do you have a musical education? Did you have music lessons (eg private, in the music school ...)?	332
5.3.5 Are you able to read music?	333
5.3.6 How good is your English?	334
5.3.7 What musical influences do you have?	335
5.3.8 Do or did you work together with other musicians from your home country?	336
5.3.9 Have you already had contact with the music export office, or have you received support from it?	336
5.3.10 The Swedish music export was until recently the third most successful in the world behind the USA and Great Britain. Do you have an explanation for the success of the Swedish music export?	337
5.3.11 What do you think is characteristic of Swedish music?	339
5.3.12 What do you think about web 2.0? Does it help you to become more famous abroad?	340
<b>5.4 Stellungnahmen von Experten</b>	<b>341</b>
<b>5.5 Fazit der empirischen Untersuchung</b>	<b>344</b>
<b>6 Wie kann der Musikexport gesteigert werden?</b>	<b>349</b>
<b>7 Fazit</b>	<b>355</b>
<b>8 Literaturverzeichnis</b>	<b>371</b>
<b>9 Anhang</b>	<b>399</b>

# 1 Einleitung

„Schweden ist drittgrößter Musikexporteur der Welt“ (Musikmarkt 2004).

Aussagen wie diese, welche immer wieder in der Presse zu lesen sind, weckten das Interesse für den schwedischen Musikexport und führten zu einer intensiven Beschäftigung mit dem Thema. Spätestens seit der Veröffentlichung einer Studie des Ökonomen Kim Forss im Jahr 1999 über den Musikexporterfolg Schwedens gilt das nur neun Millionen Einwohner zählende Land als drittgrößter Musikexporteur der Welt – hinter den USA und Großbritannien (vgl. Forss 1999). Es stellt sich die Frage, warum der schwedische Musikexport so erfolgreich ist. Dies ist zugleich die Hauptfragestellung der vorliegenden Dissertation. Warum kann Schweden mit den Ländern, die einen viel größeren Musikmarkt besitzen – wie Deutschland, den USA und Großbritannien – bezogen auf den Musikexport mithalten? Die Hauptfragestellung legt eine interdisziplinäre Anlegung der vorliegenden Dissertation nahe. Sie bedient sich an musikgeschichtlichen (kulturhistorischen) und wirtschaftlichen Elementen, um so u. a. die Gesamtgröße des schwedischen Musikexportes im Vergleich zu anderen Ländern festzustellen. Mithilfe einer vergleichenden Studie zum Musikexport und zur Geschichte der populären Musik Schwedens und Deutschlands sowie einer Fragebogenuntersuchung soll die Frage nach den Gründen für den Musikexporterfolg beantwortet werden. In der vorliegenden Dissertation wird davon ausgegangen, dass sich Erfolg erklären lässt, denn Stars werden gemacht (vgl. z. B. Kachelrieß 2008 oder Risse 2008).

Zu beachten ist, dass sich bei der intensiven Recherche zum schwedischen Musikexport herausstellte, dass es berechtigte Zweifel daran gibt, ob Schweden immer noch der drittgrößte Musikexporteur der Welt ist, da das schwedische Musikexportbüro von 2006 bis 2011 keine Exportstatistiken herausgegeben hat und Medien und die schwedische Handelsministerin Ewa Björling berichteten, dass Schweden mittlerweile auf den fünften Platz abgerutscht sei (vgl. Bergman 2011). Im Sommer 2012 stellte sich plötzlich die Frage, ob Schweden überhaupt jemals der drittgrößte Musikexporteur der Welt gewesen ist (vgl. Strömberg 2011). Die Studie von Kim Forss wurde infrage gestellt und die Tatsache, dass es weltweit keine einheitliche Berechnung der Musikexporteinkünfte gibt und somit ein Vergleich mit anderen Ländern eigentlich nicht möglich ist, lässt stark daran zweifeln, dass Schweden jemals der drittgrößte Mu-

sikexporteur gewesen ist. Hier zeigt sich aber auch, warum die Beschäftigung mit dem Musikexporteur Schweden sinnvoll ist und dazu geführt hat, eine Dissertation über den schwedischen Musikexport zu schreiben. Die Dissertation setzt sich zum Ziel, aufzuschlüsseln, wie es zum Erfolg des schwedischen Musikexportes kam, wie groß dieser Erfolg überhaupt ist und welche Auswirkungen die Tatsache hat, dass sich Schweden seit den 90er Jahren einen Namen als drittgrößter Musikexporteur der Welt gemacht hat und auch heute noch zu den erfolgreichsten Musikexporteuren der Welt zählt. Dabei ist es unerheblich, ob Schweden tatsächlich der drittgrößte Musikexporteur der Welt war und ist, da das Interesse an Schweden selbst und auch an Schweden im Musikbereich seit Jahren, sowohl in den Medien als auch in der Gesellschaft, steigt. Man spricht vom *svenska musikexportundret*. Schweden als Musikwunderland, Schwedenhype und Schwedenboom sind Wortschöpfungen, die diese Situation treffend beschreiben (vgl. z. B. Hebestreit 2013; Strömberg 2011). „Dass aus Schweden smarte Popmusik kommt, ist keine Nachricht mehr wert“ (Focus Online 2013). Die schwedischen und ausländischen Medien haben von den 90er Jahren an bis heute unzählige Male über den Erfolg schwedischer Musiker berichtet. Bands und Musiker wie Mando Diao<sup>1</sup>, Robyn, Johnossi oder The Hives sind weltweit bekannt, außerdem erfreuen sich schwedische Songwriter, Produzenten, Videoregisseure und Aufnahmestudios immer größerer Bekanntheit und Nachfrage. Auch andere nordische Staaten, wie z. B. Finnland, blickten in den 90er Jahren mit Neid auf den schwedischen Musikexporterfolg. „When reporting about Swedish success stories, it became a tendency for journalists to cry ‘Why Swedes again?’ or ‘In pop business Sweden is ten years ahead of Finland’ (some said 25 years)“ (Mäkelä 2007, S. 111). Wird dieser Schwedenboom noch lange anhalten? Welche Auswirkungen hat die umfangreiche Berichterstattung über den schwedischen Musikexport?

Einige Forscher haben sich bisher mit der Frage nach den Gründen für diesen Erfolg beschäftigt, aber eine zufriedenstellende Antwort wurde bislang nicht gefunden. Es wurden Vermutungen angestellt und Behauptungen aufgestellt, aber eine wissenschaftliche Untersuchung, die auch die Musikgeschichte einbezieht und einen Vergleich zu anderen Ländern herstellt, liegt nicht vor. Auch kann man nicht einfach die Musikexporte der einzelnen Länder mithilfe von

---

<sup>1</sup> Auch das Künstlerkollektiv Caligola, welches u. a. aus den beiden Frontmännern der Band Mando Diao – Björn Dixgård und Gustaf Norén – besteht, ist international erfolgreich (vgl. Lothsson 2012).

Statistiken vergleichen, da die statistischen Erhebungen der einzelnen Länder voneinander abweichen, wenn überhaupt welche vorhanden sind. Es gibt keine einheitliche Musikexportstatistik. „Exact comparisons between countries are hard to come by, since the business is a truly global one and record companies have long been multinational“ (Gradvall 2004b, S. 34). Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Dissertation die Musikgeschichte Schwedens mit der Deutschlands verglichen, um hier Unterschiede zwischen den Ländern und Gründe für die unterschiedlichen Musikexporterfolge aufzuzeigen und natürlich auch zu zeigen, wie erfolgreich die einzelnen Musiker und Bands der einzelnen Länder in den jeweiligen Jahrzehnten im Ausland waren. Es wird den Ausführungen über den Musikexport, die in Kapitel 4 folgen, ein geschichtlicher Hintergrund gegeben und der Musikexporterfolg wird an konkreten Beispielen in Form von Musikern deutlich gemacht und nicht nur in Form von Statistiken und Zahlen dargestellt. Die internationale Stellung der schwedischen Musik und des schwedischen Musikexportes kann nur im Vergleich mit anderen Musikexporten, der Musik anderer Länder und den internationalen Stellungen anderer Musikexporte bestimmt werden. Deutschland wurde als Vergleichsland ausgewählt, weil das Land zu den Ländern mit den größten Musikmärkten weltweit gehört und Schweden trotz des viel kleineren Musikmarktes bzgl. des Musikexportes mit diesem mithalten kann. Wie kann dies sein? Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten gab es in den einzelnen Jahrzehnten seit den 50er Jahren zwischen den Ländern und welche Rückschlüsse lassen sich auf die unterschiedlichen Musikexporterfolge ziehen? Durch die Digitalisierung des Musikmarktes und Web 2.0<sup>2</sup> kam es zu großen Veränderungen innerhalb des Musikmarktes. Die Musiker können sich im Web selbst vermarkten und die Menschen können weltweit dieselbe Musik hören. Welche Nation kommt mit diesem Wandel am besten zurecht? Hier stellt sich auch die Frage, ob der Nationenbegriff überhaupt noch geeignet ist, da es vor allem durch das Internet zu einer Globalisierung kam. Mit dem Nationenbegriff sowie der Globalisierung beschäftigt sich die Dissertation in Kapitel 3. Die Dissertation ist folgendermaßen gegliedert: Zuerst wird die Musikgeschichte der Populärmusik Schwedens und Deutschlands, nachdem die grundlegenden Begriffe definiert worden sind, vergleichend dargestellt. Angefangen wird damit, die Populärmusikgeschichte Schwedens, beginnend mit den 50er

---

<sup>2</sup> Hiermit ist gemeint, dass der Nutzer nicht nur den Inhalt des Internets konsumiert, sondern auch selbst Inhalte zur Verfügung stellt.



Jahren, zu veranschaulichen. Für jedes Jahrzehnt werden beispielhaft drei Bands oder Musiker näher behandelt, um die jeweiligen musikalischen Besonderheiten des Jahrzehnts und die Musikexporterfolge besser deutlich zu machen. Dieses Vorgehen wird auch für Deutschland angewandt, um einen optimalen Vergleich der Länder zu gewährleisten. Wann begann der Musikexporterfolg der beiden Länder und wie kam es dazu? Das Hauptaugenmerk bei der Darstellung der Musikgeschichte liegt auf den Auslandserfolgen der jeweiligen Bands und Musiker. In einem Exkurskapitel wird kurz auf die dänische Musikgeschichte eingegangen, um die Frage zu beantworten, warum Dänemark nicht so erfolgreich ist wie Schweden. Bei beiden Ländern handelt es sich um skandinavische Länder, die eine ähnliche Größe und kulturelle Hintergründe besitzen, aber dennoch unterschiedlich erfolgreich sind. Anschließend, in Kapitel 4, wird das schwedische Musikexportphänomen in Kontrast zu dem Vergleichsland Deutschland gesetzt. Es soll darum gehen, den Erfolg des schwedischen Musikexportes darzustellen und anhand von Statistiken zu belegen, um dann näher auf die Gründe für diesen Musikexporterfolg einzugehen. Diese in der Sekundärliteratur aufgezeigten Gründe für den Musikexporterfolg – die Musikausbildung, die Englischkenntnisse, staatliche Subventionen, neue Technologien, das Trendbewusstsein, die Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie, das Image der Schweden und der ABBA-Effekt – werden ausführlich analysiert. Auch eigene, bisher nicht in der Sekundärliteratur aufgeführte Gründe, wie die Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien, werden analysiert. Der deutsche Musikexport wird anschließend genauer beleuchtet und es wird wieder nach dem gleichen Schema wie in dem Kapitel zum schwedischen Musikexport vorgegangen. Nur so ist ein optimaler Vergleich möglich. Auch wird versucht, eine Antwort auf die Frage zu finden, warum schwedische Musiker fast ausschließlich mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind, deutsche Musiker aber auch mit in der Heimatsprache gesungenen Songs und nicht nur mit englischsprachigen Liedern im Ausland Erfolge feiern.

Anhand einer Umfrage unter Vertretern der Musikindustrie und Musikern der Länder Schweden, Deutschland und Dänemark sollen die vorher ausführlich diskutierten Gründe für den Musikexporterfolg eines Landes weiter erforscht werden. Stimmen die in Kapitel 4 getroffenen Schlussfolgerungen mit den Einschätzungen und Erfahrungen der Musiker und Vertretern der Musikindustrie überein? Die Musikindustrie ist wirtschaftlich sehr bedeutend, dennoch wurde

sie innerhalb der Musikforschung bisher wenig erforscht. Vergleichsweise ist die Literatur somit spärlich und es gab kaum eine systematische Erforschung (vgl. Risse 2008, S. 84). Die anhand von Fragebögen und Interviews durchgeführte empirische Untersuchung schließt eine Forschungslücke, da der Erfolg der einzelnen Musikexporte noch nie empirisch untersucht worden ist. Es werden durch die empirische Untersuchung und im Rahmen der gesamten Dissertation Ergebnisse erwartet, die den nicht so erfolgreichen Musikexporteuren helfen können, zu erfolgreicheren Musikexporteuren zu werden. Und auch die zurzeit erfolgreichen Musikexporteure können von den Ergebnissen profitieren, denn sie wissen dann, was sie tun müssen, um so erfolgreich zu bleiben und ihren Musikexport noch erfolgreicher zu machen. Gerade für kleine und mittelständische Musikunternehmen kann eine funktionierende Exportstruktur sehr wichtig sein, da sich durch einen weltweiten Vertrieb des Repertoires der Kundenkreis erweitern lässt. Auf diese Weise können auch kleinere Produktionen profitabel werden und durch die weltweite Vermarktung von Musik können Independentlabels neue Einnahmequellen generieren. Die Etablierung neuer Künstler sowie die Steigerung der Einkünfte kann bereits mit ein oder zwei Exportmärkten gesteigert werden (vgl. Scholz 2007, S. 7). Kapitel 6 beschäftigt sich mit der Frage, wie der Musikexport gesteigert werden kann. Die Dissertation hat somit zum Ziel, zu erforschen, welche Faktoren eine Rolle für den Musikexporterfolg spielen, ob diese in den einzelnen Ländern die gleiche Rolle spielen und wie die Länder ihren Musikexport steigern können.

Insgesamt gesehen ist die Quellenlage schwierig. „Problematisch ist sicherlich, dass jegliche Untersuchung auf die Selbstdarstellungen der Industrie angewiesen sind“ (Risse 2008, S. 84). Als Quellen dienten mehrere Statistiken und bereits veröffentlichte Studien zum Musikexport. Durch die Interviews mit den Musikern und den Musikexperten werden die vorher ausgewerteten Statistiken und die oft abstrakt dargestellten Sachverhalte in der Sekundärliteratur besser fassbar. Eine wichtige Rolle spielen in der vorliegenden Dissertation Internetquellen, da das Thema so aktuell und teilweise unerforscht ist, dass man oft nur auf Internetquellen oder auch populärwissenschaftliche Quellen zurückgreifen kann. Natürlich werden diese immer kritisch hinterfragt. Zu beachten ist, dass auch die neueste Literatur über die Musikindustrie oft schon überholt ist, da die Entwicklungen in der Musikbranche sehr schnell sind.

Die Dissertation knüpft an meine im Jahr 2008 vorgelegte Magisterarbeit mit dem Titel *Populäre Musik in der Jugendkultur Schwedens und Deutschlands* –

*eine vergleichende Studie zu ihrer Funktion und ihrem Export* an, die sich mit dem deutschen und schwedischen Musikexport beschäftigte. Jedoch lag der Schwerpunkt auf Jugendmusikkulturen und den größten Teil der Masterarbeit nahm der empirische Teil über Jugendmusikkulturen in Deutschland und Schweden ein. Es wurde untersucht, welche Bedeutung Musik in den Jugendkulturen Deutschlands und Schwedens hat. Die vorliegende Dissertation geht weit über die Masterarbeit hinaus und setzt ihren Schwerpunkt nicht auf die Jugendkulturen, sondern auf den Musikexport.

In dieser Arbeit wird aus praktischen und geschlechtspolitisch unspezifischen Gründen der generische Maskulinum verwendet.

## 2 Grundlegende Begriffsdefinitionen

Da sich die vorliegende Dissertation mit den Musikexporten mehrerer Länder befasst und die Hauptfragestellung sich mit den Gründen für den Erfolg schwedischer Musik im Ausland auseinandersetzt, ist es zunächst erforderlich, den Begriff Musikexport zu definieren und zu klären, was mit schwedischer Musik gemeint ist. Was beinhalten diese Begriffe und wer zählt überhaupt zur Musikbranche und ist somit am Export beteiligt? Was versteht man unter Erfolg? Kapitel 3 beschäftigt sich mit der Musikgeschichte der populären Musik und behandelt vor allem die Genres der Pop- und Rockmusik. Auch in Kapitel 4 geht es hauptsächlich um den Musikexport der populären Musik. Somit ist es notwendig, im Vorhinein die Begriffe populäre Musik, Pop- und Rockmusik zu definieren, da sich die vorliegende Dissertation hauptsächlich auf Musik dieser Genres konzentriert und diese in der Sekundärliteratur unterschiedlich definiert werden. Abschließend beschäftigt sich dieses Definitionskapitel mit der Fragestellung, ob es überhaupt sinnvoll ist, einzelne Länder miteinander zu vergleichen, da es vor allem durch das Internet zu einer Globalisierung gekommen ist. Kapitel 2.3 setzt sich mit dem Nationenbegriff auseinander und widmet sich der Frage, ob man heutzutage europäische Länder vergleichen kann oder ob es nationale kulturelle Merkmale in Songs gibt. Sind die Songs der jeweiligen Länder ein „globaler Einheitsbrei“? Im Folgenden werden somit die Termini Musikexport, Rock-, Pop- und Populärmusik<sup>3</sup> und der Nationenbegriff definiert.

### 2.1 Musikexport

Forss bietet eine gelungene Definition des schwedischen Musikexportes an:

Musikexport [...] definieras som svensk musik som framförs, reproduceras och säljs i utlandet. Svensk musik förstås som musik som skrivits av svenskar, eller spelas av svenskar, eller den verksamhet som utförs av svenska företag inom musikbranschen. Till musikbranschen räknas företag och personer i branschens skapande, producerande, säljande och stödjande led (Forss 1999, S. 83).

Es handelt sich beim schwedischen Musikexport hauptsächlich um schwedische Musik, die ins Ausland verkauft oder dort aufgeführt wird. Unter schwedischer Musik wird vor allem Musik verstanden, die von Schweden komponiert

---

<sup>3</sup> Die Bezeichnungen populäre Musik und Populärmusik werden in der vorliegenden Dissertation synonym verwendet.

oder gesungen und aufgeführt wird oder die Tätigkeiten der schwedischen Firmen in der Musikbranche. Die Definition von Sveriges Radio stimmt mit Forss über: Schwedische Musik ist demnach Musik, die von schwedischen Künstlern gesungen und aufgeführt wird, von schwedischen Songwritern geschrieben wurde oder einen schwedischen Urheber besitzt (vgl. Lilliestam 1998, S. 56). In der vorliegenden Dissertation wird die Definition von Forss und Sveriges Radio übernommen, da sich diese Definition auch in der Sekundärliteratur durchgesetzt hat (vgl. Lilliestam 1998, S. 57; Werner 2001, S. 49).

Zur Musikbranche gehören, wie Forss betont, vier Glieder: *det skapande, säljande, producerande* und *stödjande ledet*. Zu dem *skapande ledet* (Kreation) gehören Musiker, Studioproduzenten und Songschreiber, während das *säljande ledet* (Vertrieb) den Groß- und Einzelhandel umfasst. Das *producerande ledet* (Produktion) umfasst Musikverlage und Schallplattenlabel und zu dem letztgenannten Glied, dem *stödjande ledet* (Rahmenorganisation), zählen Promotionsagenturen, Hersteller von Produktionstechnik und Rechteinhaber (vgl. Forss 1999, S. 73f.; Werner 2001, S. 49). Es existieren verschiedene Arten, wie der Musikexport betrieben werden kann: Es gibt den digitalen Vertrieb über das Internet, den Tonträgerexport und das Lizenzieren von Musik an ausländische Musikverwerter (vgl. Scholz 2007, S. 21). Somit sind viele verschiedene Personen und Unternehmen am schwedischen Musikexport beteiligt, die man grob in zwei Kategorien – die kreative und die industrielle – einteilen kann. Im Vordergrund stehen die verschiedenen schwedischen Musiker und Bands, aber die Personen im Hintergrund dürfen nicht außer Acht gelassen werden, denn auch sie tragen zum Erfolg des Musikexportes bei. Die vorliegende Dissertation konzentriert sich vornehmlich auf die Musiker, bindet aber an den Stellen, an denen es relevant ist, weitere Personen und Firmen, die am Musikexporterfolg Anteil haben, mit ein.

Zu beachten ist, dass es für die Definition von schwedischer Musik unerheblich ist, auf welcher Sprache gesungen wird. Schwedische Musik<sup>4</sup> muss nicht zwingend schwedische Texte besitzen, sondern es kommt allein darauf an, dass die Musik von schwedischen Staatsbürgern geschrieben oder produziert oder gesungen wird. Diese Definition des schwedischen Musikexportes lässt sich auch auf die anderen in der vorliegenden Dissertation behandelten Länder übertra-

---

<sup>4</sup> Es wird also eine Unterscheidung zwischen schwedischer und schwedischsprachiger Musik vorgenommen, wobei schwedische Musik natürlich auch schwedischsprachig sein kann, dies ist aber kein notwendiges Merkmal schwedischer Musik.

gen. Schon daran, dass in der Sekundärliteratur keine expliziten Definitionen des deutschen und dänischen Musikexportes zu finden sind, wird deutlich, welchen hohen Stellenwert der schwedische Musikexport in Schweden hat.<sup>5</sup> Für diesen ist eine exakte Definition zu finden.

Wie errechnet man den Gesamtexportwert eines Landes? Die Musik betreffend errechnet er sich der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) zufolge aus den erzielten Abspielungsvergütungen und dem Tonträgerverkauf. Einnahmen aus Urheberrechten gehören auch zum Musikexport (vgl. MusikWoche 2001). Es stellt sich die Frage, was genau alles zum Musikexport gezählt wird und wie die Einkünfte gemessen werden. 1999 wurden von Forss noch CD-Pressmaschinen in die Statistiken mit eingerechnet, gehören auch TV-Serien oder Spotify mit in die Berechnungen hinein (vgl. Strömberg 2011)? Sind die Musikexporte der einzelnen Länder vergleichbar? Die Schweden haben z. B. Daten verwendet, die nicht in den finnischen Musikexport eingerechnet worden sind (vgl. Musex, S. 2). Die korrekte Erfassung des Musikexportes ist sehr schwierig und außerdem komplex. Zwei Beispiele sollen dies verdeutlichen. Wenn ausländische Firmen in Schweden CDs pressen und diese daraufhin exportiert werden, werden sie als Warenexporte erfasst und zählen zum schwedischen Musikexport dazu, obwohl die CDs nicht von schwedischen Musikern eingespielt werden müssen. Ein schwedischer Verlag erhält z. B. Tantiemen<sup>6</sup>, wenn eine schwedische Band in einem Londoner Studio ihre CD aufnimmt und diese auf einem ausländischen Label veröffentlicht, wenn sie bei einem schwedischen Label unter Vertrag steht (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 61; Forss 1999, S. 80f. und 98). Die Exporteinkünfte aus Konzerten, die entstehen, wenn z. B. schwedische Musiker im Ausland auftreten, sind schwer zu messen. „Den totala konsertrelaterade exporten är svår att mäta i och med att det inte finns någon samlande instans eller organisation som dokumenterar intäkter på detta område“ (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 28). Eingespielte Musik wird normalerweise so exportiert, dass die Repertoirebesitzer in Schweden, dies sind für gewöhnlich die Musikverlage, einen Lizenzvertrag mit einem Part im Ausland abschließen (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). „Detta avtal beviljar parten rätten att agera som repertoarägare i landet eller de

---

<sup>5</sup> Näher wird auf den Stellenwert des Musikexportes für Schweden in Kapitel 4.1.1 eingegangen.

<sup>6</sup> Royalties und Tantiemen werden in der vorliegenden Dissertation gleichgesetzt und bezeichnen die Einkünfte eines Eigentümers, die daraus entstehen, dass sein Eigentum oder Werk genutzt wurde.



länder avtalet avser“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). Die schwedischen Repertoirebesitzer bekommen dann Royalties aus den Einnahmen, die im Ausland von dem Part z. B. durch CD-Verkäufe erzielt wurden (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). Wenn ein schwedischer Musiker einen Vertrag mit einer ausländischen Plattenfirma hat, bleibt der größte Teil der Einnahmen allerdings in anderen Ländern und nicht in Schweden (vgl. Ekberger 2006).<sup>7</sup> In Schweden sammelt das Svenska tonsättares internationella musikbyrå (STIM) die Einkünfte ein, die erzielt werden, wenn z. B. ein Song eines ausländischen Musikers im schwedischen Radio gespielt wird und STIM übermittelt diese Einnahmen dann an die Urheberrechtsorganisation im Heimatland des Musikers, die diese an die Musiker, Songwriter usw. verteilt. Genauso gibt es auch Organisationen in anderen Ländern, die die Royalties nach Schweden überweisen. In Deutschland ist die GEMA dafür zuständig, die Einnahmen an die jeweiligen Organisationen im Ausland zu übermitteln. Die Nutzungsgebühren werden von der GEMA eingesammelt und an die Urheber ausgezahlt. In den nordischen Ländern gibt es das Nordic Copyright Bureau (NCB). „Genom NCB tillvaratas utländska rättighetshavare i de nordiska länderna och svenska rättighetshavares rättigheter utomlands“ (Kulturrådet 2010b, S. 16). Es wurde deutlich, dass es schwierig ist, den Gesamtexportwert zu bestimmen, unterschiedliche Werte in die Berechnungen der einzelnen Länder mit eingerechnet werden und es schwierig ist, einzelne Länder zu vergleichen.

Da es in der vorliegenden Dissertation um den Erfolg des schwedischen bzw. deutschen Musikexportes geht, ist zu definieren, was unter dem Begriff Erfolg verstanden wird. Es ist der wirtschaftliche Erfolg gemeint, dessen finanzielle Gewinne messbar sind. Weitere Erfolgsmaßstäbe sind Chart-Erfolge, also die Platzierung in den offiziellen Verkaufscharts<sup>8</sup>, die jedoch nur einen mittelbaren Rückschluss auf den finanziell messbaren, also den wirtschaftlichen Erfolg, zulassen:

Ein Plattenlabel konnte seinen wirtschaftlichen Gewinn zwanglos an der so genannten Chartperformance seiner Produkte ablesen. Hohe Chartpositionen versprachen satte Umsätze und damit verbunden gute Gewinne. Noch bis in die Mitte der 1990er Jahre gab es mehr oder weniger nur ‚die‘ Charts oder zu deutsch ‚die‘ Hitparade, an der dieser Erfolg abgelesen werden konnte. [...] Heutzutage ist allein durch

---

<sup>7</sup> „Ett exempel är The Hives som har skivkontrakt med Universal i England. Om The Hives istället valt Universals svenska dotterbolag hade pengarna hamnat i Sverige, vilket förstås vore att föredra för exportstatistiken“ (Ekberger 2006).

<sup>8</sup> Für Deutschland sind hier immer die Media Control Charts gemeint.

die Anzahl existierender wöchentlicher Charts ein Verwirrspiel entstanden und selbst hohe Positionen in den offiziellen Mediacontrol Verkaufscharts Top 100 geben keine Auskunft mehr über wirtschaftlichen Erfolg der dort platzierten Produkte (Kromer 2008, S. 67).

Natürlich gibt es noch andere Messgrößen als den wirtschaftlichen Erfolg, mit denen man musikalische Leistung messen kann, wie z. B. musikalische Kreativität, also sich auf das Künstlerisch-Ästhetische beziehende Bewertungsfaktoren (vgl. Kromer 2008, S. 23). Die vorliegende Dissertation versteht unter Erfolg, wenn es nicht anders angegeben ist, den ökonomischen Erfolg, auf den auch die Chart-Erfolge Rückschlüsse geben. „Erfolg ist hiernach der objektiv messbare wirtschaftliche Wert, der durch die Schaffung, Nutzung oder Verarbeitung eines musikalischen Produktes erzielt wird“ (Kromer 2008, S. 24). Genauer wird auf die Charts im nächsten Kapitel eingegangen.

## 2.2 Rock-, Pop- und Populärmusik

Die Begriffe populäre Musik, Pop- und Rockmusik werden in der fachwissenschaftlichen Literatur sehr unterschiedlich definiert.<sup>9</sup> Auch bei der Verwendung der Begriffe im Alltag, außerhalb der Wissenschaft, besteht keine Einigkeit darüber, was als Rockmusik und was als Popmusik angesehen werden kann. Oftmals werden die Begriffe Populärmusik und Popmusik, aber auch Rock- und Popmusik synonym verwendet. Häufig ist eine Abgrenzung der Genres erst gar nicht möglich. Aufgrund der unterschiedlichen Assoziationen, die die Bezeichnungen Popmusik, populäre Musik und Rockmusik hervorrufen, ist eine eindeutige Definition dieser Begriffe nötig, damit im Verlauf der Dissertation Klarheit über die Verwendung der Termini besteht. Zunächst wird der Begriff Populärmusik definiert.

Unter dem Begriff Populärmusik versteht man beliebte<sup>10</sup> Musik, die von vielen Menschen oft und gerne angehört wird (vgl. Björnberg 1989, S. 142), somit für fast alle Menschen auf unterschiedliche Weise eine bedeutende Rolle spielt

---

<sup>9</sup> Eine ausführliche Darstellung zum Thema Pop mit einer geschichtlichen Erläuterung, wie der Begriff von verschiedenen Autoren und in den einzelnen Jahrzehnten verwendet worden ist, findet sich bei Thomas Hecken (vgl. Hecken 2009).

<sup>10</sup> In der Sekundärliteratur sind viele unterschiedliche Definitionen von Populärmusik zu finden, die mit der in der vorliegenden Dissertation verwendeten Definition nicht übereinstimmen. Nylöf spricht z. B. davon, dass populäre Musik nicht mit beliebter Musik gleichzusetzen ist (vgl. Nylöf 1990, S. 87). Jedoch zeigt schon die Abstammung vom englischen Wort *popular*, dass die Populärmusik als beliebte Musik bezeichnet werden sollte. Es zeigt sich somit auch, wie wichtig das Konkretisieren des Begriffs populäre Musik für die vorliegende Dissertation ist.



(vgl. Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 544), weit verbreitet ist<sup>11</sup> (vgl. Gebesmair 2008, S. 41) und massenhaft produziert wird<sup>12</sup> (vgl. Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 544). Es wird deutlich, dass man bei der Begriffsbestimmung unterschiedliche Aspekte – ökonomische, hörerorientierte, soziologische und quantitative – berücksichtigen muss. Jedoch ergeben sich aus der Begriffsbestimmung auch weitere Fragen, auf die im Folgenden eingegangen wird.

Der ökonomische Aspekt ist für Theodor W. Adorno entscheidend. Adornos Kulturindustriethese besagt, dass die Produkte der Kulturindustrie planvoll hergestellt werden, der Kunde nur Objekt der Kulturindustrie ist und seine Aufgabe aus nichts anderem als dem Konsumieren besteht. Kunst – populäre Musik wird natürlich von dem Kunstbegriff umfasst – definiert sich einzig und allein über ihren ökonomischen Wert und ist lediglich eine Ware. Einziges Ziel ist die Profitmaximierung und nur der wirtschaftliche Erfolg ist bedeutsam. Kunst im Allgemeinen und im Speziellen die populäre Musik sind nicht authentisch (vgl. Adorno 1979, S. 60ff.) Genau wie für den Begriff Populärmusik gibt es für den Begriff Authentizität keine allgemeingültige Definition. Authentizität wird in der Diskussion um populäre Musik mit den Attributen ernsthaft, original, echt, direkt und ehrlich verknüpft. Es werden durch authentische Musik aufrichtige Gefühle vermittelt (vgl. Keightley 2001, S. 131). Diese Echtheit von den in Musik transportierten Gefühlen wird als Authentizität begriffen und Musik wird somit als Ausdruck von Subjektivität diskutiert. Adorno versteht unter Authentizität nicht die Echtheit von Gefühlen und Subjektivität, in seiner ästhetischen Position hat Populärmusik keinen Platz. Die populäre Musik wird bei Adorno auf das Industrielle reduziert, für ihn steht der Warencharakter im Mittelpunkt.

Die Unterscheidung von kommerzieller und authentischer Musik ist paradox, da die Beurteilung, ob Musik authentisch ist, subjektiv ist, also z. B. Musiker und Rezipienten dieselbe Musik im Hinblick auf ihre Authentizität unterschied-

---

<sup>11</sup> Hier wird die Frage aufgeworfen, ab wann man davon sprechen kann, dass Musik weit verbreitet ist. Für die vorliegende Dissertation ist die Beantwortung der Fragestellung nicht relevant, da im Folgenden nur Populärmusik behandelt wird, die auf jeden Fall im eigenen Land und meist auch im Ausland Erfolge, gemessen an Chart-Erfolgen, feiert, so dass man von weit verbreiteter Musik sprechen kann.

<sup>12</sup> Nur wenn Musik massenhaft produziert und verbreitet wird, kann sie überhaupt populär werden. Somit ist populäre Musik an finanzielle und technische Apparaturen gebunden, beginnend mit den Notendruckern Anfang des 19. Jahrhunderts (vgl. Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 545). Heutzutage wird populäre Musik über das Radio, das Fernsehen und das Internet massenhaft verbreitet.

lich beurteilen. Populärmusik ist immer kommerziell, da Musik durch den Vertrieb der Songs per Audiodatei oder Tonträger eine Handelsware ist (vgl. Wicke 2011, S. 89). Jede veröffentlichte Musik ist kommerziell, dabei ist es unerheblich, ob es sich um qualitativ hochwertige Musik handelt (vgl. Pendzich 2008, S. 243). Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Populärmusik authentisch sein kann. Auch kann sich die Beurteilung, ob ein Song authentisch ist, im Laufe der Zeit ändern. ABBA wurde in den 70ern als inauthentisch beurteilt, während die Musik heute eher als authentisch beurteilt werden würde (vgl. Keightley 2001, S. 131). Natürlich spielen Profit und wirtschaftlicher Erfolg eine sehr große Rolle im Rahmen der Populärmusik, darum geht es schließlich auch in der vorliegenden Dissertation, jedoch kann und sollte man die populäre Musik nicht darauf reduzieren. Bei der Definition des Begriffes Populärmusik ist der ökonomische Aspekt, die massenhafte Produktion, auf jeden Fall bedeutsam, jedoch spielen auch die hörerorientierten und soziologischen Aspekte eine wichtige Rolle.

Der soziologische Aspekt wird bei Wicke und Ziegenrucker betont, denn sie behaupten, dass populäre Musik das Resultat eines sehr komplexen, sozial-kulturellen Prozesses sei. Die Akteure dieses Prozesses, dazu zählen Industrie, Musiker und Publikum, handeln gegeneinander aus, was populäre Musik sein soll und versuchen, ihre jeweiligen Vorstellungen durchzusetzen (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 544). Demnach haben auch Musiker und das Publikum, also die Konsumenten, ein Mitspracherecht und sind nicht allein Objekt der Kulturindustrie. Die Konsumenten, Musiker und die Industrie handeln in gegenseitigem Austausch aus, was sie jeweils unter populärer Musik verstehen. Populärmusik hat nicht nur einen ökonomischen Wert, sondern ebenfalls einen kulturellen bzw. gesellschaftlichen. Besonders deutlich wird dies, wenn man die Funktion populärer Musik für Jugendliche betrachtet. Populäre Musik ist ein Kommunikationsmedium der Jugendlichen, sie reden über die Texte der Songs, über Konzerte oder CDs. Wenn Jugendliche gemeinsame musikalische Interessen haben, dann können auf dieser Basis Freundschaften entstehen (vgl. Werner 2001, S. 38). Außerdem dient der Musikgeschmack dazu, sich eine eigene Identität zu schaffen. Durch den eigenen Musikgeschmack kann man sich von anderen Menschen unterscheiden und überdies definieren sich Jugendliche über ihren gemeinsamen Musikgeschmack und grenzen sich von Jugendlichen und Erwachsenen, die andere Musik hören, ab. Musik ist eine soziale Aktivität und dient dazu, das Gemeinschaftsgefühl in Gruppen zu stär-

ken, wie man bei einem Diskothekenbesuch oder beim gemeinsamen Musizieren, beispielsweise beim Spielen in einer Rockband, erkennen kann. Ebenfalls ist das Beherrschen von Gefühlen eine Funktion von Musik (vgl. Frith 1992). Musik kann starke Emotionen hervorrufen<sup>13</sup> und wird zur Stimmungsverbesserung oder zur Ablenkung bewusst gehört. Die soziologischen Aspekte von populärer Musik sind wichtig und es wurde herausgestellt, dass man Populärmusik nicht auf den ökonomischen Wert reduzieren sollte.

Bei der Auseinandersetzung mit dem Begriff populäre Musik ist vor allem der Verbreitungsgrad im Leben der Hörer bedeutend (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 545). Was führt dazu, dass Musik von vielen Menschen gehört wird, also beliebt ist, und sie somit zur Populärmusik gezählt werden kann? Charakteristisch für Songs, die sich der populären Musik zuordnen lassen, ist die prototypische Liedlänge von ca. dreieinhalb Minuten (vgl. Petras 2011, S. 281; Wicke 2011, S. 10). Songs der populären Musik haben meist eine bestimmte Struktur und einen Rhythmus, der einprägsam ist. Kennzeichnend für die Struktur ist eine Verse-Chorus<sup>14</sup>-Form. Der Fokus liegt auf Hooks<sup>15</sup> und eingängigen Melodien, die Strophe steht rhythmisch, melodisch und harmonisch zum Refrain<sup>16</sup> im Kontrast (vgl. Middleton 2003b, S. 508). Am besten verkaufen lässt sich die Songstruktur ABAB<sup>17</sup>, von der unzählige Varianten existieren, z. B. ABCBAB, AABACA oder ABCABCB (vgl. Watson a). Die Songstruktur ABABCB und die ihr verwandten Strukturen wie z. B. ABABCAB oder ABABCBAB scheinen „[...] a perfect balance between variety and familiarity in structure“ (Watson b) zu finden. Für kommerziell orientiertes Songwriting ist die Songstruktur ABABCB sehr gut geeignet. Diese aufgezählten Songstrukturen werden von den Radiostationen bevorzugt, weil die Songs mit diesen Strukturen kurz sind, die Hook mehrmals wiederholt wird und der Song nicht langweilig wird (vgl. Watson b). Die Strophe, also A, ist der veränderliche Teil des Liedtextes, der Refrain B ist dagegen der gleichblei-

---

<sup>13</sup> Dass Musik Emotionen auslösen kann, erkennt man vor allem bei Konzerten von sog. Boybands oder bei einem Konzert von Justin Bieber, bei denen viele, meist weibliche Fans in Tränen ausbrechen oder hysterisch schreien.

<sup>14</sup> Chorus und Refrain werden im Folgenden synonym verwendet.

<sup>15</sup> Hooks sind eingängige Textzeilen oder Melodien, die für einen Song charakteristisch sind und einen Song wiedererkennbar machen.

<sup>16</sup> „A refrain (from Latin *frangere*, meaning 'to break') is a short section (usually not more than one or two lines of text) that recurs at the end of every verse in a song; both words and music are repeated“ (Middleton 2003c, S. 511).

<sup>17</sup> A steht für das Verssegment (Strophe), B ist der Chorus und C die Bridge (vgl. Cooper/Foote 2003, S. 129).

bende Teil, der allerdings auch leicht variieren kann, z. B. in Form des Austausches einzelner Wörter. Wie man an den oben aufgelisteten Schemata erkennen kann, beschränkt sich ein Song nicht auf Strophe und Refrain, sondern es ist meist auch eine Bridge C<sup>18</sup> vorhanden. Eine Bridge<sup>19</sup> ist meist eine musikalische Hinführung auf den Refrain (vgl. Petras 2011, S. 47). Cooper und Foote bezeichnen die Songstruktur ABABCAB als die charakteristischste (vgl. Cooper/Foote 2003, S. 129). Für einen einprägsamen Popsong eignet sich außerdem die Songstruktur ABACAB. Der Chorus, der im Ohr bleibt und von den meisten Hörern mitgesungen werden kann, ist der einprägsamste Teil des Songs. Die Bridge kommt meist im letzten Drittel des Songs vor und ist ein Break, der oft Tempowechsel oder besonders in der Rockmusik ein Gitarrensolo enthält. Es gibt viele Varianten dieser Songstruktur (vgl. Scheibe 1999). Eine einprägsame Melodie ist somit für einen Song der populären Musik wichtig. Je kürzer die Teile sind, desto einprägsamer<sup>20</sup> sind sie, jedoch kann dies dann auch schnell langweilig werden. Dies spielt aber für Populärmusik keine Rolle. Ein Standardlied der Populärmusik sieht so aus, dass man das Schema ABAB öfters wiederholt und zwischendurch den Refrain C spielt. Kriterien für den Erfolg eines Songs sind, wie Busse anführt, Einfachheit und Besonderheit (vgl. Busse 1996, S. 16). Aber führt allein das typische Satzschema, das ein Song der populären Musik besitzt, dazu, dass er von vielen Menschen gehört wird? Dies kann man verneinen. Wichtig ist vor allem, dass der Song verbreitet wird, damit möglichst viele Menschen die Chance haben, ihn zu hören. Wenn die Zugangsschwelle niedrig ist, führt dies oft dazu, dass Songs von vielen Menschen gehört werden. Dass viele Menschen mit einem Song in Kontakt kommen, geschieht z. B. durch die anfängliche Verbreitung von Superspreadern. Musik verbreitet sich ähnlich wie Krankheitserreger. Allerdings sind hier die Schlüsselpersonen Radiomoderatoren und keine Ärzte. Wenn ein Einzelner einen Song gut findet, sorgt dies nicht dafür, dass der Song von vielen gehört wird, wenn aber z. B. ein 1live-Radiomoderator ein Lied gut findet und dies darauf-

---

<sup>18</sup> Petras bezeichnet die Bridge allerdings als Br (vgl. Petras 2011, S. 47). C wird von Petras als Variante von A und B bezeichnet (vgl. Petras 2011, S. 59). In der vorliegenden Arbeit wird C mit der Bridge gleichgesetzt.

<sup>19</sup> „A bridge is a subsidiary phrase or section in a song that contrasts with more predominant phrases or sections, and that is often heard as transitional between statements of the latter“ (Middleton 2003a, S. 505).

<sup>20</sup> „Je öfter eine Information wiederholt wird, je klarer und eindeutiger, je ‚primärer‘ sie also strukturiert ist, desto besser kann sie im Langzeitgedächtnis verankert werden – und desto einfacher kann sie wiedererkannt und verarbeitet werden“ (Steinbrecher 2010, S. 187).

hin zur besten Sendezeit spielt, wird der Song von vielen Menschen gehört und verbreitet sich dadurch. Pendzich führt aber an, dass seit 1990 die Zeiten vorbei sind, in denen Radiomoderatoren einen Einfluss auf die Playlist gehabt haben (vgl. Pendzich 2008, S. 251). Allerdings führt das Gespieltwerden eines Songs im Radio dazu, dass viele Menschen diesen hören. Damit es ein Song schafft, im Radio gespielt zu werden oder auf andere Weise, z. B. durch das Internet, verbreitet zu werden, sind die Struktur, Einfachheit, Einzigartigkeit oder der Ohrwurmcharakter, also Charakteristika eines Songs der populären Musik von Bedeutung. Es ist jedoch unmöglich, genau festzulegen, was dazu führt, dass ein Song von vielen Menschen gehört wird. Die aufgeführten Charakteristika eines Songs, der der populären Musik zuzurechnen ist, die mediale Aufmerksamkeit und die Verbreitung durch z. B. das Radio spielen mit Sicherheit eine Rolle, es ist aber nicht ausgeschlossen, dass ein Song, der nicht die Charakteristika eines typischen Populärmusiksongs enthält, nicht erfolgreich werden kann. Wird der Erwartungshaltung nicht entsprochen oder sie übertroffen, gefällt dies meist (vgl. Renner 2010a). Es gibt viele Beispiele dafür, dass sich Bands nicht an traditionelle Strukturen der populären Musik halten und damit erfolgreich sind. Zu nennen ist hier z. B. die isländische Band Sigur Rós. Dies widerspricht der Ansicht Adornos, welcher der Meinung ist, dass es im populärmusikalischen Kanon keinen individuellen Stil gibt, da die populäre Musik hoch standardisiert ist und es Konventionen darüber gibt, wie ein Stück aufgebaut sein muss (vgl. Gebesmair 2008, S. 185). Adorno führt an, dass „[...] ein geübtes Ohr aus den ersten Takten eines Schlagers dessen Fortsetzung erraten“ (Seiler 2006, S. 60) kann. Im Kontext der Kulturindustrie ist z. B. der einheitliche Stil eines Schlagers<sup>21</sup> zwingend (vgl. Seiler 2006, S. 61). Oftmals gilt populäre Musik im Gegensatz zur E-Musik<sup>22</sup> als ästhetisch wertlos (vgl. Frith 1992). Adorno kritisiert die Austauschbarkeit von Vertretern der populären Musik und spricht Populärmusik ihren ästhetischen Wert ab. Natürlich gibt es einige Vertreter innerhalb der populären Musik, deren Musik austauschbar und nicht sehr innovativ ist, jedoch sind auch genügend Bands zu finden, die neue Impulse in die Welt der Populärmusik aussenden und innovativ sind. Die Beatles z. B. re-

---

<sup>21</sup> Der Begriff Schlager wird in der Sekundärliteratur auf unterschiedliche Weise definiert. Vgl. hierzu Stölting 1975, S. 1ff. In der vorliegenden Dissertation wird unter einem Schlager nicht die ursprüngliche Bedeutung eines sich gut verkaufenden Songs, eines Hits, verstanden, sondern Schlager ist eine Genrebezeichnung. Es werden unter einem Schlagersong meist Songs mit Texten in der jeweiligen Landessprache verstanden, die oftmals banale Texte und einfache Strukturen besitzen.

<sup>22</sup> Dieser Begriff bezeichnet die sog. „ernste“ Musik.



volutionierten in den 60er Jahren die populäre Musik. Es muss darauf hingewiesen werden, dass Popularitätsgrad und ästhetischer Wert nicht zusammenhängen müssen, man kann nicht jedem Song der Populärmusik seinen ästhetischen Wert absprechen. Es gibt auch Forscher, die der Meinung sind, dass die Qualität eines Songs nicht für dessen Erfolg entscheidend ist. Risse ist der Auffassung, dass die kommunikative Einbettung und der aus einem umfangreichen Kommunikationskonzept entstehende Hype für den Erfolg eines Songs verantwortlich sind (vgl. Risse 2008, S. 164 und 188). Musik hat keine messbare Qualität und ihr fehlen die objektivierbaren Eigenschaften, sie ist abhängig von der subjektiven Wahrnehmung der Rezipienten (vgl. Kromer 2008, S. 42).

Sollte es diesbezüglich noch unterschiedliche Meinungen gegeben haben mit dem Glauben, die wirtschaftliche Verwertbarkeit stehe in einem direkten Verhältnis zu musikalischer Qualität, so sollte diese Illusion allerspätestens mit dem überragenden Erfolg von Klingeltönen, quakenden Fröschen und singenden Krokodilen ihr Ende gefunden haben (Kromer 2008, S. 42).

Musik unterliegt also persönlichen Geschmacksvorlieben des Konsumenten, kulturellen Gegebenheiten und aktuellen Trends. Man kann Musik nicht in „gute“ und „schlechte“ Musik unterteilen, wenn man daraus auf den ökonomischen Erfolg schließen möchte (vgl. Kromer 2008, S. 42).

Wann ist Musik überhaupt weit verbreitet? Eine wichtige Rolle in der vorliegenden Dissertation spielen die Charts. Die Charts sind ein Instrument, mit dem man den Verbreitungsgrad und somit auch den Popularitätsgrad der Songs messen kann und sie sagen etwas über die Popularität von Musik aus. Jedoch sagen Charts nur etwas über die Quantität und nicht über die Qualität aus. Es muss beachtet werden, dass es sich bei den Charts um ein problematisches Analysemedium handelt, weil sie den Erfolg von Songs nur relativ wiedergeben. Die hinter den Chartplatzierungen stehenden Verkaufszahlen werden nicht veröffentlicht, so dass es zu Unschärfen kommt. Die Verkaufszahlen eines Songs, der im Weihnachtsgeschäft den ersten Platz der Charts erreichte, sind oft viel höher als die eines Nr.1-Sommerhits.<sup>23</sup> Außerdem haben sich die Auswertungsverfahren in den einzelnen Jahrzehnten mehrmals geändert, es gibt unterschiedliche Erhebungsmethoden in einzelnen Ländern und die Tonträgerarten, das Konsumentenverhalten und das Marktvolumen verändern sich öfters (vgl. Pendzich 2004, S. 6). Auch vor Manipulationen sind die Charts nicht si-

---

<sup>23</sup> „In manchen Wochen reichen in Deutschland schon 1500 verkaufte Einheiten, um mit einer Veröffentlichung in die die Top Ten zu schießen“ (Renner/Wächter 2013, S. 254).

cher (vgl. Renner/Wächter 2013, S. 251). Man muss die Charts auch in der Hinsicht kritisch betrachten, dass sie eine Scheinobjektivität liefern, im Radio werden die Songs, die am höchsten in den Charts stehen, auch am häufigsten gespielt. Allerdings führt dies dazu, dass die Songs daraufhin von vielen Radiohörern gekauft werden und eine höhere Chartposition erreichen. Charts und Radio beeinflussen sich gegenseitig (vgl. Wicke 1992, S. 9). Die Charts produzieren die Kategorie populäre Musik, sie sind also nur ein vermeintliches Instrument, mit welchem die Popularität gemessen wird. Diese Funktion wird von der Industrie vorgegeben. Es gibt keine widerspruchsfreien Kriterien, mit denen die Kategorien populäre Musik, Rock- und Popmusik hergestellt werden können (vgl. Wicke 2008, S. 68). Der Zweck der Charts ist es nicht, Geschmacksgemeinschaften zu reflektieren, sondern zu kreieren. Verkäufe und das Abspielen im Radio, also etwas Reales, werden mit den Charts gemessen (vgl. Frith 1992). „Doch in Wirklichkeit ist das, was die Charts liefern, nichts anderes als eine spezifische Definition dessen, was als populäre Musik gilt - Schallplattenverkäufe (in den richtigen Ländern), Abspiel im Radio (in den richtigen Stationen)“ (Frith 1992). Die Chartplatzierung eines Songs ist in der Hinsicht wichtig, als dass diese darüber entscheidet, ob die Arbeit vom Artist & Repertoire (A&R) als erfolgreich beurteilt werden kann. Ihm dienen die Verkaufscharts als Hinweis auf Trends (vgl. Eggert/Kaminski/Koch 2001, S. 85). Popularität kann man durch die Charts, die Häufigkeit des Gespieltwerdens im Radio und Fernsehen und auch durch Konzertbesuchszahlen messen. Es stellt sich die Frage, ob auch Musik von Amateurbands als populär angesehen werden kann, die z. B. nicht den Einstieg in die Charts geschafft haben. Für die vorliegende Dissertation ist diese Fragestellung nicht relevant, da nur Musik behandelt wird, die auch kommerziell erfolgreich ist, sich somit in den Charts wiederfindet und sich auf jeden Fall der Populärmusik zuordnen lässt. Aber auch wenn die Musiker keine Berühmtheit erlangen, so besteht doch bei den meisten der Wunsch danach. Es stehen keine besseren Daten zur Verfügung, so dass die Charts – trotz der angeführten Kritik – in der vorliegenden Arbeit als Popularitätskriterium dienen.

Musik, die mit Blick auf den kommerziellen Erfolg produziert wurde (Heteronomie vs. Autonomie), massenhaft nachgefragt wird (Masse vs. Nische), von Menschen unterschiedlichster sozialer Herkunft und nicht nur von Gebildeten und Personen mit hohem beruflichen Status präferiert (Volk vs. Elite) und für verschiedenste psycho-physische und soziale Zwecke funktionalisiert wird (Funktion vs. Autonomie),

wird der gängigen Auffassung entsprechend eher der Populärmusik zugeordnet als der Kunstmusik (Gebesmair 2008, S. 53).

Dieses Zitat fasst einige Kriterien zusammen, die Musik der populären Musik zuordnen lassen. Im Folgenden wird die populäre Musik von der Popmusik abgegrenzt.

Populäre Musik wird in der vorliegenden Dissertation nicht synonym mit Popmusik verwendet (vgl. Engh 2006, S. 17; Risse 2008, S. 45) und auch soll die Verwendung des Begriffes Popmusik als Oberbegriff für populäre Musik nicht übernommen werden (vgl. Busse 1996, S. 1), die von einigen Autoren propagiert wird. Durch die im Angloamerikanischen übliche Abkürzung *pop* für *popular* entsteht eine begriffliche Unstimmigkeit. Popmusik wird aufgrund dieser üblichen Abkürzung oft mit populärer Musik gleichgesetzt, aber Popmusik wird in der vorliegenden Dissertation nicht synonym mit populärer Musik verwendet, da Popmusik auch einen spezifischen Musikstil innerhalb der populären Musik bezeichnen kann, welcher sich von Pop Art ableitet (vgl. Flander/Rauhe 1989, S. 11). 1954 wurde die Bezeichnung Pop in der Bildenden Kunst zum ersten Mal verwendet, in der sich die Pop Art von der abstrakten Malerei abwandte und den Alltag zum Gegenstand ihrer Arbeit erhob. Für die Popmusik gilt das gleiche Konzept, da sie sich als populäre Alltagskultur und nicht als elitäre Kunst versteht. Es werden innerhalb der Popmusik alltägliche Themen wie Liebe, Kriminalität und Einsamkeit behandelt und dies geschieht meist aus direkter Sichtweise (vgl. Büsser 2002, S. 10f.) Durch die nicht synonyme Verwendung der Begriffe Popmusik und Populärmusik soll diese Doppeldeutigkeit des Begriffes Pop und die dadurch entstehende Begriffsverwirrung aufgelöst werden. Popmusik wird hier als spezielle Musikrichtung innerhalb der populären Musik angesehen, die vor allem die vorhin genannten alltäglichen Themen behandelt und sich außerdem durch die im folgenden Abschnitt genannten Kennzeichen von der Rockmusik unterscheidet. Pop kann heutzutage als Gattungsbezeichnung auf dem gleichen Niveau wie Rock, Techno, Punk, Reggae und Hip-Hop angewandt werden (vgl. Lilliestam 1998, S. 24). Auch wenn die synonyme Verwendung heutzutage üblicher ist, ist die hier verwendete terminologische Variante deutlich präziser.

Wie schon herausgestellt wurde, gehört das Genre der Popmusik zur populären Musik. Es ist bei der Definition von populärer Musik grundsätzlich unerheblich, welche Genres zur populären Musik gehören (vgl. Hallencreutz/Lundequist/Malmberg 2007, S. 21). Die Genres, die zur populären Musik gezählt



werden, können sich im Laufe der Zeit ändern und populäre Musik ist somit immer auch an den Musikgeschmack bestimmter Epochen gebunden (vgl. Hallencreutz/Lundequist/Malmberg 2007, S. 22; Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 544). Heutzutage fallen besonders die Genres Pop- und Rockmusik unter den Begriff der populären Musik, da es sich hierbei um die beliebtesten Musiksparten der Deutschen handelt. Popmusik erreichte im Jahr 2011 einen Anteil von 38,5 Prozent am Gesamtumsatz der deutschen Musikbranche und der Umsatzanteil von Rockmusik betrug 19,4 Prozent. Jazz oder Volksmusik erreichten im Gegensatz dazu nur 1,6 bzw. 1,5 Prozent am Umsatzanteil (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 50). Auch in Schweden handelt es sich bei der Pop- und Rockmusik mit sehr großer Wahrscheinlichkeit um die beliebtesten Musikgenres. Dies lässt sich durch die Betrachtung der aktuellen schwedischen Musikcharts annehmen.<sup>24</sup> Der Schwerpunkt der vorliegenden Dissertation liegt auf den Genres der Pop- und Rockmusik, die in diesem Kapitel genauer definiert werden. Wenn es für die Dissertation von Bedeutung ist, werden aber auch andere der populären Musik angehörende Musikstile behandelt.

Was genau versteht man unter Pop- und Rockmusik und wie lassen sich diese beiden Musikstile unterscheiden? Festzuhalten ist, dass beide Genres in ein multimediales Umfeld eingebunden sind (vgl. Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 607). Es ist nicht einfach, die Begriffe Pop und Rock zu definieren, da sie mit verschiedenen Assoziationen und Bedeutungen verknüpft sind und sich diese immer wieder verändert haben (vgl. Lilliestam 1998, S. 11). In den 1960er Jahren entstand die Rockmusik als Form der populären Musik und der Begriff Rockmusik stellte in den 60er Jahren eine Kurzform der Bezeichnung *Rock'n'Roll Music* dar. Mit der Bezeichnung Rockmusik sollte darauf hingewiesen werden, dass die Rockmusik, die 1960 in England entstanden und mit dem Erfolg der Beatles den amerikanischen Markt einnahm, im Rock'n'Roll der 50er Jahre verwurzelt war (vgl. Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 607). Der Begriff Rock'n'Roll wurde 1952 erstmals von dem amerikanischen Discjockey Alan Freed verwendet, der damit die Rhythm'n'Blues Titel der schwarzen Musiker in seinen Radioprogrammen bezeichnete (vgl. Siepen 1994, S. 31). Was man in den 50er Jahren als Rock'n'Roll bezeichnete, war eine Interpretation des Rhythm'n'Blues und zu

---

<sup>24</sup> Unter <http://www.hitlistan.se/> sind die jeweils aktuellen schwedischen Musikcharts sowie auch die der letzten Wochen, Monate und Jahre einzusehen.

den wesentlichen Kennzeichen gehörten z. B. gerade Taktarten, schnelle Tempi, ein harmonisches Bluesschema, Bluestonalität und ein Instrumentarium, das aus Klavier, Saxophon, Schlagzeug, Kontrabass und E-Gitarre besteht (vgl. Siepen 1994, S. 33). Der englische Beat der 60er Jahre ist eine Variante des Rock'n'Roll (vgl. Siepen 1994, S. 35). Die britische Bezeichnung *Beat* wurde später vom amerikanischen Terminus *Rock Music* bzw. *Rock* verdrängt (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 607) bzw. etablierte sich der Begriff *Rock* als Sammelbegriff für die Stilrichtungen Beat und Rock'n'Roll (vgl. Longerich 1989, S. 16). Spätestens seit den Rolling Stones setzte sich der Terminus *Rock* als Sammelbegriff für Musik, die sich musikalisch auf den Rhythm'n'Blues bzw. den Rock'n'Roll bezog, durch (vgl. Siepen 1994, S. 37). Innerhalb der Rockmusik entwickelten sich ab Mitte der 60er Jahre immer wieder neue Stile, wie z. B. der Classic-Rock oder der Country-Rock (vgl. Siepen 1994, S. 38). Es wurde deutlich, dass sich die Bedeutung des Begriffes Rockmusik wieder verändert hat. Im Folgenden wird die heutige Verwendung und Bedeutung erläutert.

Im Gegensatz zur Definition der populären Musik soll versucht werden, die Termini Rock- und Popmusik musikalisch zu definieren, hierbei aber auch die soziologischen und ästhetischen Kriterien mit einfließen zu lassen. Rock wird in der vorliegenden Dissertation vor allem als gitarrenbasierte Musik angesehen (vgl. Gmelin 2005, S. 61). Auch wenn durchaus noch zusätzlich andere Musikinstrumente verwendet werden, hat die Rockmusik ein „guitar-based lineup“ (Wicke 2003, S. 62). „Rock may mean rebellion in musical form, distorted guitars, aggressive drumming, and bad attitude“ (Keightley 2001, S. 109), besitzt also Protestcharakter (vgl. Siepen 1994, S. 41). Popmusik versucht mit Innovation, Schrägheit oder Übertreibung seine Aufmerksamkeit zu bekommen (vgl. Renner 2010a). Pop ist meist leichter, melodischer und singbarer als Rock (vgl. Lilliestam 1998, S. 24), also eine klanglich und textlich seichtere, kommerzielle Musik (vgl. Büsser 2002, S. 8). Diese Definition führt dazu, dass z. B. die Backstreet Boys und ABBA<sup>25</sup> zum Pop zählen, Nirvana und die Doors aber nicht (vgl. Büsser 2002, S. 8), da die Musik von Nirvana und den Doors eindeutig gitarrenbasiert ist und es sich keinesfalls um textlich und klanglich

---

<sup>25</sup> Die Band ABBA wird in verschiedenen Lexika gerne als typischer Vertreter der Popmusik aufgeführt. Rockmusik und Schlager waren in den 70er Jahren die Extreme und Popmusik ist genau dazwischen angesiedelt gewesen (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 542). ABBA wird auch als Prototyp dieser Popmusik angesehen (vgl. Brockhaus 2001, S. 620).

seichte Musik handelt, wie dies bei den Backstreet Boys und ABBA der Fall ist, die außerdem sehr melodische und singbare Musik machen. Jedoch ist es nicht immer so einfach wie bei den genannten Beispielen, die Grenze zwischen Rock- und Popmusik zu ziehen, aber die genannten Kennzeichen geben Kriterien an, wie man die beiden Genres in vielen Fällen unterscheiden kann. Allerdings sind die Übergänge oftmals fließend, so dass eine eindeutige Definition nicht möglich ist.

Soziologisch relevant ist, dass Rockmusik vor allem in ihren Anfängen in den 50er und 60er Jahren eindeutig jugendbezogen war (vgl. Baacke 1998, S. 222) und eine identitätsschaffende Funktion hatte (vgl. Olsen 1998, S. 29). Baacke führt an, dass sich Rockmusik stärker als Popmusik an die jugendkulturelle Szene bindet (vgl. Baacke 1998, S. 15) und sie ist an die Jugendgeneration gebunden (vgl. Andersson 2001, S. 236). Gegenwärtig wird der rebellische und neugeschaffene Rock in der Regel von jüngeren Musikern gemacht (vgl. Liljestam 1998, S. 25). Doch da Rockmusik heutzutage auch vielfach von Erwachsenen gehört wird, kann man Rockmusik nicht mehr als Jugendmusik bezeichnen.

## **2.3 Nation, kulturelle Identität und Globalisierung**

Warum ist die Diskussion und Definition der in der Überschrift genannten Begriffe notwendig? Zum einen stellt die zunehmende Globalisierung<sup>26</sup>, welche eine Entwicklung des 21. Jahrhunderts ist, und unter der man die internationale Vernetztheit versteht, die auf verschiedenen Ebenen – der kulturellen, politischen, sozialen oder wirtschaftlichen – stattfinden kann (vgl. Herzog 2010, S. 62), den Begriff der Nation infrage und macht die Diskussion zu einer aktuellen und interessanten. Zum anderen ist sich die Sekundärliteratur über die Definition des Nationenbegriffs uneinig. Da in der vorliegenden Arbeit Nationen miteinander verglichen werden, ist eine eindeutige Definition des Begriffes Nation sowie die Beschreibung der Einflussnahme der Globalisierung auf den Nationenbegriff erforderlich. Sind in Songtexten nationale Merkmale zu finden, so dass sich die Songs den Herkunftsländern zuordnen lassen?

---

<sup>26</sup> Es gibt viele Begriffe, mit denen man Globalisierung gleichsetzen kann: Transnationalisierung, Translokalität, Denationalisierung, Deterritorialisierung, globale Interkonnektivität usw. (vgl. Gebesmair 2008, S. 92).

Der Nationenbegriff ist ein sehr komplexer Begriff, deswegen werden in diesem Kapitel nur die für die vorliegende Arbeit relevanten Aspekte diskutiert. Es gibt objektive Kriterien, mit deren Hilfe man versucht, eine Nation zu definieren. Hierbei verwendet man häufig folgende Kriterien: eine gemeinsame Kultur, eine gemeinsame Sprache, eine gemeinsame Geschichte, eine gemeinsame Wirtschaft und ein gemeinsames Territorium (vgl. Lehr/Müller 2001, S. 9). „Eine Nation ist demnach ein Zusammenschluss von Menschen in einem Territorium, der möglichst viele dieser Merkmale enthält“ (Lehr/Müller 2001, S. 9). Smith versteht unter einer Nation eine ethnische Gemeinschaft, die folgende Eigenschaften besitzt: „1. a collective proper name 2. a myth of common ancestry 3. shared historical memories 4. one or more differentiating elements of common culture 5. an association with a specific ‘homeland’ 6. a sense of solidarity for significant sectors of the population“ (Smith 1991, S. 21). Die Konzepte Territorium oder Ethnie werden also oft verwendet, wenn die Frage gestellt wird, wer einer Nation angehört (vgl. Herzog 2010, S. 29). Allerdings zeigt sich schnell, dass diese objektiven Kriterien nicht immer ausreichen, um eine Nation zu definieren. Dies kann man am Beispiel der Vereinigten Staaten erkennen oder an der Frage, ob es sich bei der BRD und der DDR um eine oder zwei verschiedene Nationen handelte. Dass es sich um zwei verschiedene Staaten handelte, war nicht strittig (vgl. Ammon 1991a, S. 53). Schmidt führt an, dass alle Versuche, Nation mithilfe von objektiven Kriterien zu definieren, gescheitert seien. Nation sei ein mentales Konstrukt und sei objektiv nicht vorgegeben (vgl. Schmidt 2002, S. 139). In der vorliegenden Dissertation wird der Staat, also ein konkretes Territorium, das von den Vereinten Nationen als selbstständiger Staat anerkannt wird, mit der Nation gleichgesetzt. Die politische Komponente ist hier somit das entscheidende Kriterium. Es zeigt sich, dass das Gleichsetzen von Staat und Nation problematisch ist, „[...] da ein Staat mehrere Nationen oder auch nur Bruchstücke von Nationen enthalten kann“ (Herzog 2010, S. 29). Außerdem ist eine Nation kein naturbedingter Zustand, sondern Nationen können sich im Laufe der Zeit bzw. Geschichte neu bilden (vgl. Hanisch 2002, S. 287). Auch die Globalisierung trägt dazu bei, dass es immer schwieriger wird, den Begriff Nation zu definieren. Durch die Globalisierung werden die objektiven Kriterien wie Homogenität in Bezug auf Territorium, Geschichte und Sprache in Frage gestellt. Wenn aber in der vorliegenden Dissertation die Länder Schweden und Deutschland, ihre Musikgeschichte und Musikexporte, miteinander verglichen werden, dann muss größ-

tenteils außer Acht gelassen werden, dass in den Ländern auch Staatsbürger anderer Länder leben oder sich z. B. ein deutscher Staatsbürger nicht unbedingt diesem Staate zugehörig fühlen muss. „Wer sich einer nationalen Gemeinschaft zugehörig fühlt, muss dies nicht mit seinem Reisepass rechtfertigen und muss dies nicht mit seinem Wohnsitz dokumentieren“ (Herzog 2010, S. 30). Die Staatsangehörigkeit ist laut Pass nicht immer bezüglich der kulturellen Sozialisation aussagekräftig (vgl. Gmelin 2005, S. 27). Nationalität kann z. B. den Staatsbürger eines bestimmten Landes bezeichnen, ist also eine bürokratische Tatsache, es ist aber auch eine kulturelle Auffassung möglich (vgl. Gmelin 2005, S. 24). In der vorliegenden Dissertation sind mit den Vergleichsländern Schweden und Deutschland in erster Linie die Staaten gemeint, deren Territorium festgelegt ist. Beim Musikexport ist allein entscheidend, dass die jeweiligen Musiker oder die zur Musikbranche zählenden Personen, wie Produzenten oder Songwriter, die schwedische oder deutsche Staatsbürgerschaft besitzen und ihre Erfolge somit dem jeweiligen Musikexport zugerechnet werden können. Es ist nicht entscheidend, welcher Nation sie sich zugehörig fühlen. Problematisch ist die doppelte Staatsbürgerschaft, da hier nicht klar ist, in welches Land die Exporteinnahmen gehen.

Interessant ist die Frage, ob sich in den deutschen und schwedischen Songtexten eine spezifisch schwedische Nationalität widerspiegelt, also Merkmale vorhanden sind, die erkennbar machen, ob es sich um einen schwedischen oder deutschen Songtext handelt. Von besonderer Bedeutung ist die Frage, ob es nationale Merkmale in englischsprachigen Songs gibt. Dadurch, dass es innerhalb der populären Musik eine deutliche Angloamerikanisierung bzw. Anglisierung gibt, werden die meisten der international erfolgreichen Songs auf Englisch gesungen. Die Angloamerikanisierung bzw. Anglisierung lässt sich daran erkennen, dass die meisten Ikonen der populären Musik der letzten Jahrzehnte, wie z. B. Elvis Presley, Madonna oder Michael Jackson, aus dem angloamerikanischen Raum kommen (vgl. Gebesmair 2008, S. 182). Es stellt sich die Frage, ob die Musikkultur durch die Globalisierung schon so homogenisiert ist, dass man nicht mehr unterscheiden kann, aus welchem Land ein Song bzw. ein Musiker stammt? Ist alles nur noch ein „globaler Einheitsbrei“?

Gmelin stellt die Hypothese auf, dass in den für den Weltmarkt produzierten englischsprachigen Songs nationale Merkmale zu finden sind (vgl. Gmelin 2005, S. 21). Diese nationalen Charakteristika analysiert er musikwissenschaftlich. Mögliche Definitionskriterien zur Nationalität in populärer Musik sind die



Auswirkung der Sprachmelodie, die textliche Erwähnung bestimmter Orte, die Auswirkung der musikalischen Vorbilder und der Musikgeschichte auf die Kompositionen und die Auswirkung der Ausbildung (vgl. Gmelin 2005, S. 21). Welche Eigenschaften machen einen Song z. B. schwedisch? Gmelin macht folgende Vorschläge: der Sound, musikalische Merkmale, das Auftreten der Musiker, die Struktur der Schallplattenfirmen und die damit im Zusammenhang stehenden Marketingausgaben, Investments und die Aufnahme-Studios (vgl. Gmelin 2005, S. 22). Lassen sich also in den jeweiligen Nationen musikalische Gemeinsamkeiten finden?

Hannes Gmelin hat in seiner Dissertation versucht nachzuweisen, dass „[...] Hörer aktuelle populäre Musik dem jeweiligen Entstehungsland zuordnen können“ (Gmelin 2005, S. 8). Dies hat er in seiner Dissertation empirisch abgesichert. Im Folgenden sollen die wichtigsten Ergebnisse seiner Dissertation vorgestellt werden, um anschließend auf die Frage einzugehen, ob Hörer aktuelle schwedische Musik dem Entstehungsland Schweden zuordnen können. Dies hat er versucht, mithilfe eines klingenden Fragebogens herauszufinden. Mit den gewonnenen Ergebnissen lassen sich Rückschlüsse auf das Bestehen von „nationalen Merkmalen“ in der Musik ziehen, welche vielleicht für die richtige Zuordnung der Musik zu ihrem Entstehungsland verantwortlich sind (vgl. Gmelin 2005, S. 151). Die entsprechende Nullhypothese lautet somit, „[...] dass aktuelle Popmusik international ist und keinerlei regionale Unterschiede hörbar sind“ (Gmelin 2005, S. 152). Für seinen klingenden Fragebogen wählte Gmelin Musikbeispiele aus den USA, England, Deutschland, Frankreich, Norwegen und Schweden aus. Schweden hat er ausgewählt, weil international erfolgreiche Musik schon seit vielen Jahren aus Schweden kommt (vgl. Gmelin 2005, S. 159). Insgesamt 18 englischsprachige Musikbeispiele enthielt Gmelins klingender Fragebogen und von diesen 18 Musikbeispielen wurden fünf Beispiele den richtigen Entstehungsländern zugeordnet. Darunter befanden sich jeweils zwei Songs aus Deutschland und den USA und ein Song aus Norwegen (vgl. Gmelin 2005, S. 180). Die Mehrheit der Musikbeispiele, insgesamt acht, wurde von den Versuchspersonen mit Abstrichen richtig zugeordnet, d. h., dass die richtigen Entstehungsländer auf den zweiten oder dritten Rang bei der Häufigkeit der Ländernennungen kamen. Zu dieser Gruppe zählten zwei Songs aus Frankreich, England, Norwegen, einer aus den USA und einer aus Deutschland. Zu der letzten Gruppe, den nicht richtig zugeordneten Songs, zählen somit fünf Musikbeispiele. Darunter fallen ein Song aus England, ein Song aus Frankreich

und drei Songs aus Schweden (vgl. Gmelin 2005, S. 181f.) Gmelin sieht also seine These bestätigt. „Popmusik-Hörer nehmen nationale bzw. kulturelle Unterschiede in der Musik wahr und können auf Grund dieser die Musik ihrem Ursprungsort zuordnen“ (Gmelin 2005, S. 216). Ein anderes interessantes Ergebnis der Dissertation Gmelins ist „[...] die Bestätigung der Vielfalt von Kultur und populärer Musik auch in Zeiten der Globalisierung und des oft zitierten globalen Einheitsbreis“ (Gmelin 2005, S. 301). Dass sich im Verlauf der Geschichte nationalspezifische Kulturen herausgebildet haben, hat sich auch auf die Musik ausgewirkt und hat noch Konsequenzen für die moderne Populärmusik. Die Eigenheiten, die es in der Populärmusik der einzelnen Nationen gibt, können als Ergebnis dieses Systems von Nationalstaaten begriffen werden (vgl. Gmelin 2005, S. 207). Ort und Musik sind miteinander verbunden (vgl. Gmelin 2005, S. 200).

Auffällig an den Ergebnissen des klingenden Fragebogens von Gmelin ist, dass sich alle drei schwedischen Musikbeispiele nicht ihrem Entstehungsland Schweden zuordnen ließen. Die schwedischen Musikbeispiele wurden sehr häufig als englisch oder US-amerikanisch wahrgenommen. Nun stellt sich die Frage, warum sich aktuelle schwedische Musik nicht ihrem Ursprungsland zuordnen lässt. Gmelin fragt sich, ob schwedische Komponisten und Musiker Musik produzieren, die so klingt wie die der englischen und US-amerikanischen Musiker oder ob schwedische Musik kein eigenständiges Image besitzt. Gmelin favorisiert die zweite Vermutung, weil er in seinem Fragebogen auch danach gefragt hat, welche Länder sich bei den einzelnen Beispielen als Entstehungsland ausschließen lassen. Dabei erhielt Schweden die wenigsten Nennungen (vgl. Gmelin 2005, S. 182). Gmelin zeigt in seiner Dissertation somit, dass sich aktuelle populäre Musik seinem Entstehungsland zuordnen lässt, aber dies auf schwedische Musik nicht zutrifft, da sie wahrscheinlich kein eigenständiges Image hat.

Es kann Gmelin darin zugestimmt werden, dass schwedische Populärmusik oft als englisch oder US-amerikanisch wahrgenommen wird. Aber liegt dies wirklich an einem fehlenden Image? Dem kann nicht zugestimmt werden. In Kapitel 4.1.3.6 wird genauer auf das perfekte Image und die Vorbildfunktion der schwedischen Musiker eingegangen. Schwedische Populärmusik steht für gute Qualität, vor allem auch für die sehr gute englische Aussprache der schwedischen Musiker. Schwedische Musik hat durchaus ein eigenständiges Image und die Wahrnehmung der drei von Gmelin ausgewählten Musikbeispiele als eng-

lisch oder US-amerikanisch bestätigen die gute Qualität und von Muttersprachlern nicht zu unterscheidende englische Aussprache. Die andere Vermutung Gmelins, dass schwedische Musiker so klingen wollen wie die englischen und US-amerikanischen Musiker, ist also viel naheliegender und wird auch in Interviews mit erfolgreichen schwedischen Rockbands von diesen bestätigt und in Kapitel 3.1 noch genauer ausgeführt. Für die schwedischen Musiker scheint das Bekennen zu einer nationalen kulturellen Identität ein nicht so vordringliches Ziel zu sein. Dies kann an den unterschiedlichen historischen Voraussetzungen im Vergleich zu anderen Ländern, wie z. B. Deutschland, liegen (vgl. Andersson 2001, S. 244). Zusammenfassend kann gesagt werden, dass jede Nation trotz der kulturellen Globalisierung eine eigene Musikgeschichte mit landesspezifischen Merkmalen aufweist. Es gibt also eine nationale kulturelle Vielfalt innerhalb der Musikkultur. Die Musiker werden von anderen Ländern beeinflusst, es kommt zum Austausch der Kulturen. Jedoch entwickelt jedes Land auch seinen eigenen Stil und integriert die Einflüsse aus anderen Ländern in seine Musik, so dass neue Stile und Musikgenres entstehen. Inwieweit man sich zur nationalen kulturellen Identität bekennt, ist von Land zu Land unterschiedlich. Jedoch gehört Musik zu den wesentlichen Momenten einer national-spezifischen Kultur. Die kulturelle Identität der an einer Musikproduktion beteiligten Person schlägt sich in der Musik nieder (vgl. Gmelin 2005, S. 62). Während sich in schwedischsprachigen Songs aufgrund der Sprache – an der Sprache kann man am einfachsten die nationale Identität der Musiker erkennen – leicht die nationale Identität der Musiker erkennen lässt, ist dies auch in englischsprachigen Songs schwedischer oder deutscher Musiker oftmals möglich. Es kann nicht von einem „globalen Einheitsbrei“ gesprochen werden.





### **3 Vergleichende Musikgeschichte der Populärmusik Schwedens, Dänemarks und Deutschlands**

Im Folgenden wird die Populärmusikgeschichte Schwedens mit der Deutschlands verglichen. In einem Exkurskapitel folgt anschließend der Vergleich zu Dänemark. Zuerst werden die jeweiligen bedeutenden Entwicklungen innerhalb der Populärmusik in Schweden in den einzelnen Jahrzehnten dargestellt und pro Jahrzehnt meist drei Bands oder Musiker genauer in einem Unterkapitel betrachtet. Die Darstellung beginnt mit Schweden, weil dieses Land aufgrund seiner Musikexporterfolge für die Entstehung der vorliegenden Dissertation verantwortlich ist. Besonderes Augenmerk liegt der Thematik der Arbeit gemäß auf den Auslandserfolgen sowie darauf, dass die dargestellten Musiker die für das jeweilige Jahrzehnt charakteristischen Musikstile repräsentieren. Vor allem die Auslandserfolge europäischer Musiker in den USA sind interessant, da diese für den internationalen Durchbruch relevant sind. Die USA sind der wichtigste Auslandsmarkt (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 8). Außerdem finden in dieser Darstellung insbesondere die erfolgreichsten Musikexporteure Schwedens Beachtung. Es existiert bisher keine Darstellung der schwedischen Musikgeschichte, die den Schwerpunkt auf die Musikexporterfolge legt. In den ersten Jahrzehnten – beginnend mit den 50er Jahren – ist es allerdings schwierig, drei Musiker oder Bands zu finden, die beachtenswerte Auslandserfolge erzielt haben. Falls dies nicht der Fall ist, werden Musiker ausgewählt, die in ihrem Heimatland im jeweiligen Jahrzehnt am erfolgreichsten waren. Es wird außerdem erörtert, warum diese im Ausland nicht erfolgreich waren. Auch werden Musiker näher betrachtet, die für die Entstehung neuer Musikstile verantwortlich waren oder diese geprägt haben. Das Hauptaugenmerk liegt jedoch auf der Pop- und Rockmusik – den in der Bevölkerung beliebtesten Musikgenres – und aus diesem Grund beginnt die Darstellung der Musikgeschichte in den 50er Jahren, da in diesem Jahrzehnt die Rockmusik nach Schweden kam. Nach der Darstellung der schwedischen Musikgeschichte wird die deutsche Musikgeschichte nach dem gleichen Schema betrachtet, um einen optimalen Vergleich zu ermöglichen. Auch aufgrund der in Kapitel 4 die Musikexportstatistiken betreffenden noch deutlich werdenden Schwierigkeiten ist es notwendig, die schwedischen Musikexporterfolge anhand einer vergleichenden Musikgeschichte – in diesem Fall mit Deutschland und Dänemark – darzustellen. Es soll mithilfe der folgenden vergleichenden Musikgeschichte der Populärmusik be-

schrieben und analysiert werden, ob der schwedische Musikexport gerade im Kontrast zu den ausgewählten Vergleichsländern wirklich so erfolgreich ist, wie in der Sekundärliteratur behauptet wird. Besonderes Augenmerk wird in diesem Kapitel auch auf die Sprachwahl gelegt. Wann und warum singen die Musiker in ihrer Muttersprache und wann auf Englisch? Den Musikexport betreffend ist dies eine entscheidende Frage, die noch näher in Kapitel 4.1.3.2 und 4.2.3.2 erläutert wird. Das vorliegende Kapitel zeigt die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Vergleichsländern auf. Wie und warum kam es in den einzelnen Ländern zu Exporterfolgen?

Warum wurden gerade Dänemark und Deutschland als Vergleichsländer ausgewählt? Das skandinavische Land Dänemark wurde aufgrund der kulturellen Ähnlichkeit mit Schweden, der gemeinsamen historischen Vergangenheit, der sprachlichen Nähe, der mit Schweden annähernd übereinstimmenden relativ niedrigen Einwohnerzahl und der vergleichbaren Größe des Musikmarktes ausgewählt. Es wird von den skandinavischen Ländern gesprochen, so dass Dänemark, Norwegen und Schweden oftmals als eine Einheit gesehen werden. Interessant ist es nun zu untersuchen, warum es trotz der vielen Gemeinsamkeiten und kulturellen Ähnlichkeiten der Länder zu unterschiedlichen Erfolgen im Bereich des Musikexportes kam. Kann man anhand der Betrachtung und Analyse der Musikgeschichte Schwedens und Deutschlands eine zufriedenstellende Antwort auf die Frage nach den unterschiedlichen Exporterfolgen gewinnen und welche weiteren Schlüsse können aus dem Vergleich gezogen werden? Das weitere Vergleichsland Deutschland dient gewissermaßen als Gegenpol zu den skandinavischen Ländern. Es besitzt viel mehr Einwohner als die skandinavischen Länder, hat eine andere geschichtliche und politische Vergangenheit und auch die Sprache ist von den eng verwandten skandinavischen Sprachen zu unterscheiden. Trotz des wesentlich größeren deutschen Musikmarktes kann Schweden im Hinblick auf den Musikexport mithalten. Warum ist dies so? Außerdem wurde Deutschland als Vergleichsland zu den zwei skandinavischen Ländern ausgewählt, da viele Skandinavier in Deutschland Erfolg haben und vereinzelt auch Songs auf Deutsch aufgenommen haben.

### **3.1 Populärmusik in Schweden**

Wenn man einen Überblick über die Populärmusikgeschichte mit Konzentration auf den Erfolgen im Ausland verfasst, darf man nicht vergessen, dass es

auch schon vor den 50er Jahren Musikexporterfolge<sup>27</sup> im Bereich der populären Musik in Schweden gab, z. B. hatte Zarah Leander in den 30er und 40er Jahren Erfolge im Ausland (vgl. Lilliestam 1998, S. 71). Die Einteilung der Musikgeschichte in einzelne Jahrzehnte ist in der Sekundärliteratur üblich und bietet sich deswegen an, da es viele Beispiele für die Verbindung von Jahrzehnten mit Musikgenres gibt. Es werden z. B. 90er Jahre Partys gefeiert, auf denen die für das Jahrzehnt charakteristischen Songs gespielt werden oder man spricht vom 80er Jahre Sound. Jedes Jahrzehnt hat seine eigenen, für das jeweilige Jahrzehnt typischen Musikgenres. Es kommt natürlich vor, dass Musikgenres sich über mehr als ein Jahrzehnt erstrecken, in dem sie musikalisch, z. B. in Form von Chart-Erfolgen, das Jahrzehnt beherrschen, jedoch ändert dies nichts daran, dass die im Folgenden zu behandelnden Musikgenres meist als charakteristisch für ein jeweiliges Jahrzehnt angesehen werden und dieses dominieren. Im Folgenden werden somit die einzelnen Dekaden – von den 50er Jahren bis heute – behandelt und die für sie charakteristischen Musikgenres mit Schwerpunkt auf den Auslandserfolgen dargestellt.

### 3.1.1 50er Jahre

„En liten kvissla kom från USA,  
ett litet utslag av kultur.  
En liten radio börjar brusa  
en liten konstig tonfigur.“  
Owe Thörnqvist *Nam-jam* (1957)

Die 50er Jahre wurden durch das Aufkommen des Rock'n'Roll geprägt. In den USA erfunden, eroberte der Rock'n'Roll mit Künstlern wie Bill Haley oder Elvis Presley schnell die ganze Welt.<sup>28</sup> Auch in Schweden<sup>29</sup> hielt der

---

<sup>27</sup> Nicht unerwähnt soll hier die schwedische Opernsängerin Jenny Lind bleiben, die im 19. Jahrhundert weltweit bekannt war und z. B. durch die USA und Großbritannien tourte (vgl. Ekberger 2006).

<sup>28</sup> In der ersten Hälfte der 50er Jahre hatte es die englische und amerikanische Rockmusik in Schweden schwerer als in späteren Jahren. Alle Musiker, die in England den ersten Platz belegten, waren dem schwedischen Publikum Anfang der 50er Jahre unbekannt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 16f.)

<sup>29</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass die USA für Schweden und die schwedischen Jugendlichen ein Vorbild waren, hier aber vollkommen andere Bedingungen herrschten. „Sverige hade ju föga av storstadsghetto, ungdomsligor och rassegregering – alla viktiga delar av bakgrunden till rockens framväxt i USA“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 9). *The*

Rock'n'Roll Einzug, allerdings finden sich in der Sekundärliteratur widersprüchliche Aussagen darüber, ab wann es den Rock'n'Roll als Musikrichtung in Schweden gab und welches die erste schwedische Rockeinspielung war. Die Frage, ob der Rock'n'Roll 1955, dem Jahr, in dem nach Lilliestam die EP<sup>30</sup> *Rock Around The Clock* von Bill Haley<sup>31</sup> zum ersten Mal in Schweden verkauft wurde (vgl. Lilliestam 1998, S. 75), oder 1956 erstmalig nach Schweden kam (vgl. Andersson 2001, S. 236; Björnberg 1989, S. 146), lässt sich nicht eindeutig beantworten. Wichtig für die vorliegende Dissertation ist die Erkenntnis, dass der Rock'n'Roll Mitte der 50er Jahre langsam anfang, Schweden und damit die schwedischen Medien als auch die schwedische Bevölkerung zu erobern. *Bildjournalen*, eine der größten schwedischen Jugendzeitschriften, begann z. B. im Herbst 1956 mit einem Rock'n'Roll-Club, dort bekam man Tipps für neue Schallplatten aus den USA (vgl. Lundberg 2007, S. 21). In den 50er Jahren brauchten die Hits<sup>32</sup> aus den USA noch sehr lange bis sie nach Schweden kamen. Elvis wurde erst ein Jahr nach seinem Durchbruch in den USA in Schweden berühmt und erreichte mit seinen Singles *Tutti Frutti* und *Hound Dog* Anfang 1957 seine ersten Chart-Erfolge in den schwedischen Charts, die dort *Topplistor* genannt werden (vgl. Lundberg 2007, S. 21). Der Rock'n'Roll brauchte also eine gewisse Zeit bis er in Schweden ankam und populär wurde. Die Bedeutung der Rockmusik für Schweden wird im Folgenden noch genauer herausgestellt.

---

*American way of life* und die Vorreiterrolle der USA in technischen Entwicklungen sorgten dafür, dass die Schweden sich für die USA interessierten und die USA bewunderten (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 9). So begannen sie dann auch, die Musik aus den USA zu hören und nachzuahmen.

<sup>30</sup> Bei einer EP handelt es sich um eine Schallplatte oder eine CD, die mehr Songs als eine Single, aber weniger Songs als ein Album enthält.

<sup>31</sup> Der Amerikaner Bill Haley hat den Rock'n'Roll weltweit kommerzialisiert und etabliert. Der Film *Blackboard Jungle* verhalf dem Song *Rock Around The Clock* zum Welt Erfolg. Der Song belegte 1955 mehrere Wochen lang Platz 1 in den amerikanischen Billboardcharts (vgl. Fuchs 2008, S. 256).

<sup>32</sup> Unter einem Hit werden im Folgenden Songs bezeichnet, die eine Platzierung in den Single-Charts erreichten, für die Definition sind die absoluten Verkaufszahlen unerheblich (vgl. Pendzich 2004, S. 357).

In der Sekundärliteratur herrscht auch Uneinigkeit darüber, welches die erste schwedische Rockeinspielung<sup>33</sup> und der erste schwedische Rock'n'Roll-Star war, da die Definitionen, was überhaupt unter einem Rocklied oder einem Rockstar zu verstehen ist, in der Sekundärliteratur unterschiedlich sind. Brolinson und Larsen schließen z. B. aus, dass ein Song mit einem schwedischsprachigen Text in den 50ern als echter Rock'n'Roll-Song aufgefasst werden konnte, auch wenn andere Kennzeichen eines Rocksongs vorhanden waren (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 61). Außerdem muss man sich dessen bewusst sein, dass der Rock in den 50ern in Schweden oft nicht als neues Musikgenre wahrgenommen wurde, sondern als eine Art Songtyp, so dass schwedische Tanzorchester neben Walzer und Tango auch vereinzelt Rocklieder im Repertoire hatten. Es herrschte zu der Zeit eine sehr große Unsicherheit darüber, was Rock überhaupt ist (vgl. Lilliestam 1998, S. 76). Die Frage, wer die erste Rock-Schallplatte herausgab, lässt sich aufgrund der Definitionsschwierigkeiten des Rocks in der Sekundärliteratur nicht beantworten.

Im Herbst 1957 wurde dann deutlich, dass die Schweden die Rockmusik angenommen hatten. Es kam zur Verankerung der schwedischen Rockkönige in der schwedischen Musiklandschaft (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 25). Ab 1957 gab es nun auch Amateurwettbewerbe für Rocksänger in Schweden (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 9). Im April 1957<sup>34</sup> wurde in Göteborg der erste schwedische Rockkönig, der Göteborger Chris Lennert, gewählt (vgl. Lundberg 2007, S. 15). Er wurde zum schwedischen Elvis Presley gekürt (vgl. Lilliestam 1998, S. 77). Dieser gehörte, ebenso wie Rock-Rolf Wallentin, die beide auf Schwedisch sangen, zu den ersten schwedischen Rockmusikern. „De bara följde tidens praxis som sa att man skulle sjunga på svenska och att utländska låtar skulle översättas. Men översättningarna var mycket fria“ (Lilliestam 1998, S. 76). Chris Lennert brachte 1957/58 z. B. den Song *Du måste lära dig rock* heraus (vgl. Björnberg 1989, S. 145). Nicht nur die Rockmusik war schwedischsprachig, sondern auch die Schlagermusik, die die erste Hälfte der 50er Jahre in

---

<sup>33</sup> Um den Titel der ersten schwedischen Rockeinspielung konkurrieren Ernie Englund mit *Crazy Man Crazy* (1954), Rock-Rolf Wallentin mit der EP mit den Songs *Rock A Beatin' Boogie*, *Du måste lära dig rock*, *ABC Boogie* und *Stockholm Rock* (1957), „Stickan“ Lundbeck mit der EP *Nalen Rock* (1957), die Ukulele Twins, Owe Thörnqvist mit *Rotmos rock* (1956), Siw Malmqvist mit *Tweedle Dee* (1955) und Chris Lennert (vgl. Eriksson/Gerten 1989, S. 8; Lilliestam 1998, S. 160; Lundberg 2007, S. 16; Olofsson 1995, S. 119, 197, 216, 283).

<sup>34</sup> Brolinson und Larsen nennen das Jahr 1958 als das Jahr, in dem die ersten Rockkönigswettbewerbe stattfanden (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 32). Wieder zeigen sich somit die widersprüchlichen Aussagen in der Sekundärliteratur.



Schweden dominierte und eine lange Tradition besitzt, hier gab es schwedische Versionen von Melodien aus dem Ausland, aber auch schwedische Originalkompositionen (vgl. Björnberg 1989, S. 143; Lilliestam 1998, S.74). Es war nicht nur Musik aus den USA beliebt, sondern auch Songs aus Deutschland, Italien und Frankreich fanden großen Anklang in Schweden (vgl. Lilliestam 1998, S. 74). Somit wurde die erste Hälfte der 50er Jahre bis zum Jahr 1957 in Schweden durch schwedischsprachige Musik geprägt, die Musiker orientierten sich dabei – in Bezug auf das Genre der Rockmusik – hauptsächlich an Musik aus dem englischsprachigen Ausland.

Der schwedische Rock hatte seinen Durchbruch und Höhepunkt im Jahr 1958 und die beliebtesten Musiker zu der Zeit waren die Rockmusiker Little Gerhard, Rock-Boris, Rock-Olga<sup>35</sup> und Rock-Ragge<sup>36</sup> (vgl. Lilliestam 1998, S. 76). Die Rockmusiker hatten ihre ersten Schallplatten herausgegeben und wurden im Radio gespielt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 31). Trotzdem war die Rockmusik fast ausschließlich eine Importware und die schwedischen Rockproduktionen erregten zwar Aufmerksamkeit, waren kommerziell aber weniger erfolgreich (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 85). Die schwedischen Rockmusiker waren mittlerweile dazu übergegangen, auf Englisch<sup>37</sup> zu singen, besonders die Originalaufnahmen ausländischer Künstler aus den USA wurden in der zweiten Hälfte der 50er Jahre in großen Auflagen in Schweden verkauft und inspirierten die schwedischen Musiker. Es handelte sich beim Englischen um die „echte“ Rocksprache, die allerdings von den schwedischen Musikern selbst nicht immer verstanden wurde. Trotzdem fand sich auf den schwedischen Rock'n'Roll-Schallplatten so gut wie immer nur ausländisches Material (vgl. Björnberg 1989, S. 146f.) Wenn man nicht auf Englisch sang, wurde die Musik nicht als Rockmusik angesehen (vgl. Lilliestam 2010). Die schwedischen Musiker vermieden es meist, allzu bekannte internationale Songs zu covern und herauszugeben, um den Vergleich und die Konkurrenz mit den Originalversionen zu vermeiden. Allerdings befanden sich auf der B-Seite oft bekanntere Songs wie z. B. *Be-Bop-A-Lula*, der von Rock-Ragge gecovert wurde. Die Rockmusiker hatten oft schlechte Englischkenntnisse. Sie ahmten die Original-

---

<sup>35</sup> Über sie wurde oft in der Presse berichtet: „En tjej som sjöng rock!“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 31). Sie war die einzige Rockkönigin in Schweden (vgl. Lundberg 2007, S. 10).

<sup>36</sup> Die bürgerlichen Namen dieser Musiker lauten Lundquist, Lindqvist, Jacobsson und Nygren.

<sup>37</sup> Englisch wurde um 1950 zur ersten Fremdsprache im schwedischen Schulsystem (vgl. Lilliestam 2010).



songs auch bezüglich der Artikulation nach. Es war eher wichtig, wie<sup>38</sup> man sang als was man sang (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 61). Die Texte waren unpolitisch (vgl. Thörnvall 1982, S. 11). „I många fall härmade de texten fonetiskt och visste inte vad de sjöng om. Betydelsen var underordnad – det lät amerikanskt, och därmed modernt“ (Lilliestam 2010). Es sangen natürlich auch schon vor der Entstehung der Rockmusik schwedische Musiker auf Englisch, z. B. innerhalb des Jazz, aber die englische Sprache galt nie als notwendig für den Musikstil. Rockmusik musste auf Englisch gesungen werden (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 61). In den Anfängen der Rockmusik war dies – wie erwähnt – umstritten gewesen, nun aber hatte sich das Englische als Rocksprache durchgesetzt. Der angloamerikanische Einfluss wird durch die Umbenennung der schwedischen Musiker deutlich, die sich angloamerikanisch klingende Künstlernamen gaben: z. B. trat Lundquist unter dem Pseudonym Little Gerhard auf. Die schwedischen Rockmusiker bemühten sich, möglichst angloamerikanisch zu wirken und kopierten amerikanische wie auch englische Songs.<sup>39</sup> Somit entstanden schwedische Versionen von Songs wie z. B. Elvis Presleys *Hound Dog*, *Jailhouse Rock* oder Chuck Berrys *Sweet Little Sixteen*. Rockin Sam coverte z. B. den Song *Party* von Elvis Presley. „I huvudsak kopierade man sina förebilder så gott man kunde. Ofta lät de svenska versionerna dock ganska egna och var inga direktkopior. Ibland på att man faktiskt strävade efter att göra en egen version“ (Lilliestam 1998, S. 78). Dieses Zitat macht deutlich, dass die Rockmusiker der 50er Jahre auch kreativ waren und ihre eigenen Versionen schafften und nicht nur coverten, so wie es z. B. der Song *Teach You To Rock* von Tony Crombie & His Rockets vermuten lässt. Aber nicht nur musikalisch ahmte man seine Vorbilder aus den USA nach, auch die Frisuren, die Gesten, die Kleidung und die Körperbewegungen wurden imitiert. Man versuchte das komplette Image der internationalen Vorbilder zu kopieren. Dieses war eher hart und rebellisch (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 36). Außerdem gab es in der schwedischen Musikszene „[...] för första gången det kitt-

---

<sup>38</sup> „Man har också försökt att komma åt ett icke-svenskt uttal av just ordet rock. Förutom undvikande av tungspets-r har man överdrivit en slapp amerikanisering och uttalar orden 'rock', 'bop', 'top', i riktning mot 'rack', 'bap', 'tap'. Det slappa i amerikanskans 'baby' blir gärna till överdriften 'bäjbää'. Det är alltså inte fråga om dåligt uttal i vanlig mening utan ett avsiktligt försök att artikulera vad man uppfattar som fränt och nonchalant, det som hör hemma i det stora landet hos den spännande killen“ (Brolinson/Larsen 1997, S. 75).

<sup>39</sup> Ob diese Kopien gut oder schlecht sind, wird unterschiedlich beurteilt. Thörnvall ist der Meinung, dass diese Kopien oft schlecht sind (vgl. Thörnvall 1982, S. 8).

lande, nästan pornografiska förhållandet idol – fan“ (Brolinson/Larsen 1997, S. 46).

Die Rockmusik sorgte dafür, dass in Schweden, ebenso wie in vielen anderen Ländern, eine musikalische Jugendbewegung<sup>40</sup> aufkam, die äußerst bedeutsam war, da es seitdem in vielen schwedischen Kellern, Jugendzentren und Garagen imponierende, von den Jugendlichen gespielte Rockmusik gab (vgl. Larsen 2000, S. 2). Die schwedische Jugend nannte vor allem Elvis Presley, Bill Haley, Buddy Holly, Chuck Berry oder Ray Charles als ihre Vorbilder.<sup>41</sup> Bei den meisten schwedischen Rockmusikern, wie z. B. auch bei Rock-Ragge, Rock-Boris und Little Gerhard, handelte es sich um Amateure, die sich selbst das Spielen beibrachten (vgl. Björnberg 1989, S. 147; Brolinson/Larsen 1984, S. 29; Lilliestam 1998, S. 77). Das Amateurmusizieren nahm Ende der 50er Jahre deutlich zu (vgl. Björnberg 1989, S. 147). „Förmodligen har aldrig tidigare så många ungdomar aktivt utövat musik fr.o.m. rockens genombrott“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 4). Die Jugendlichen wollten berühmt werden, viel Geld verdienen und vom anderen Geschlecht angehimmelt werden, so wie die Rockstars, besonders Elvis Presley, es ihnen vormachten. Aber sie hatten auch Lust zu musizieren und konnten sich vorstellen, hauptberuflich Musik zu machen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 34). Auch das typische Rock’n’Roll-Image hatte sich schon herausgebildet, rebellische Jugendliche zertrümmerten auf Rockkonzerten Stühle und stürmten die Bühne. Dies geschah nach deutschem, amerikanischem und englischem Vorbild (vgl. Lundberg 2007, S. 86). Unter Jugendlichen war die Rockmusik das beliebteste Musikgenre, aber auch der restlichen Bevölkerung war das Genre Ende der 50er Jahre ein Begriff (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 85).

Neu eingeführt wurden in den 50er Jahren, genauer im Herbst 1955, die schwedischen Hitlisten. Die schwedische Zeitung *Expressen* begann, die zehn popu-

---

<sup>40</sup> Anzumerken ist hier, dass man erst in den 50er Jahren in Schweden dazu überging, den Begriff *tonåring* nicht nur für Personen zwischen 13 und 19 Jahren zu verwenden, sondern damit auch eine Gruppe mit einem eigenen Lebensstil und damit verknüpften Werten verband, die in der Gesellschaft eine zentrale Rolle spielt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 5). Außerdem kam erst in den 50er Jahren eine Jugendmusik auf, d. h., dass man begann, Musik nur für Jugendliche zu machen: Rock’n’Roll (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 7). „Det är först med denna stil och tillhörande mode, dans, o.s.v. som ett medvetet uttryck för ungdomars ideal och normer skapas“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 7).

<sup>41</sup> 1960 änderten sich die Vorbilder der Jugendlichen, nun wurden Lil Babs, Siw Malmqvist oder Serienhelden wie Michael Landon genannt. Diese gehörten teilweise auch zu den Idolen der Eltern (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 96).

lärsten Songs nach Anzahl der Schallplattenverkäufe zu veröffentlichen.<sup>42</sup> In Schweden waren Ende 1955 *Den ena röd den andra vit*, *C'est magnifique* und *Rock Around the Clock* unter den populärsten Songs. Mit dem definitiven Einzug des Rock'n'Roll in Schweden 1958 veröffentlichten dann auch die Zeitungen *Bildjournalen*<sup>43</sup> und *Showbusiness* Hitlisten (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 22f.) In der Hitliste des *Bildjournalen* wurden die zehn populärsten Musiker nach Anzahl der Schallplattenverkäufe aufgelistet (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 50f.) Nur Little Gerhard erreichte mit *Buona Sera* den ersten Platz, Rock-Ragges beste Platzierung war hingegen nur der neunte Platz im *Showbusiness* mit dem Coversong *Diana* (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 32). Auch diese Hitliste beruhte auf den Schallplattenverkaufszahlen der Schallplattenläden in ganz Schweden (vgl. Lundberg 2007, S. 98). In den Hitlisten und auf dem Schallplattenmarkt hatten die schwedischen Rockmusiker also keinen großen Erfolg. Die schwedischen Rockkönige erreichten ihre größten Erfolge mit Konzerten, da sie dort eigentlich keine Konkurrenz hatten, da die ausländischen Rockmusiker nicht oft in Schweden auftraten (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 86). Die Einführung der schwedischen Charts ist für die folgenden Kapitel von Wichtigkeit, da mit den Charts der Popularitätsgrad der Musiker und Songs gemessen werden kann.

Das Interesse am schwedischen Rock und die erste schwedische Rockwelle starben 1959, nur einige Jahre nach ihrem Beginn, aus. Diese Entwicklung zeigte sich auch in dem Ursprungsland USA (vgl. Björnberg 1989, S. 147f.) Wobei die Rockmusik natürlich nicht komplett ausstarb, sondern lediglich nicht mehr so populär war (vgl. Rasmusson 1988, S. 144). Vor allem in den Hitlisten zeigte sich 1959, dass die Rockmusik auf dem Rückmarsch war. Elvis Presley wurde z. B. von Martin Ljungs *Rock-Fnykis* vom ersten Platz der Hitliste verdrängt. Hierbei handelt es sich um eine Parodie des Originals von Elvis (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 91). Obwohl diese schwedische Rockwelle nur kurze Zeit bestand, war sie nicht bedeutungslos. Die Jugendlichen wurden nun als eine musikalische Zielgruppe angesehen und tausende Jugendliche waren in Kontakt mit der neuen Musik gekommen, indem sie in Rockbands spielten

---

<sup>42</sup> Der Schallplattenspiegel beruhte auf den Verkehrsberichten von 18 Schallplattenhändlern des Landes (vgl. Lilliestam 1998, S. 77).

<sup>43</sup> In der ersten öffentlichen Liste von *Bildjournalen* belegte Paul Anka mit *Diana* den ersten Platz, Elvis Presley mit *Jailhouse Rock* den zweiten, die einzigen beiden schwedischen Künstler in den Charts waren Little Gerhard mit *Wake Up Little Susie* auf Platz 5 und Rock-Ragge mit seiner *Diana*-Version auf Platz 8 (vgl. Lundberg 2007, S. 98).

(vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 87). „Även om svensk rock som kommersiell företeelse verkade nästan död vid 50-talets utgång så hade den givit impulser och erfarenheter som skulle få avgörande betydelse för framtiden“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 87).

Festzuhalten ist, dass die Rockmusik in den 50er Jahren nach Schweden kam. Dadurch bildete sich eine Jugendbewegung und schwedische Jugendliche sowie schon vorher aktive Musiker fingen an, Rockmusik zu machen. Es kam somit zu kulturellen Veränderungen. Die schwedischen Musiker orientierten sich an amerikanischen Songs, die USA hatten also einen sehr großen Einfluss auf die schwedische Musiklandschaft, wie auch das dieses Kapitel einleitende Songtextzitat von Owe Thörnqvist zeigt. Die schwedischen Rockmusiker coverten<sup>44</sup> hauptsächlich. Kennzeichnend für die Rockmusik war spätestens ab 1958 die englische Sprache. Allerdings waren die Englischkenntnisse der Musiker zu der Zeit meistens relativ schlecht, so dass „[...] [de] flesta svenska rockartister vid den här tiden har nämligen knappt en susning vad de sjunger om“ (Lundberg 2007, S. 38). In Schweden kamen nun die ersten Hitlisten auf, aber nennenswerte Musikexporterfolge schwedischer Rockmusiker gab es in den 50er Jahren so gut wie gar keine. Ausnahmen sind Little Gerhard und Rock-Boris, die in den folgenden Kapiteln näher betrachtet werden. Es wird sich auch zeigen, dass viele Rockmusiker in den 50er Jahren zusammengearbeitet haben.

### 3.1.1.1 Ragnar Nygren alias Rock-Ragge

Zu den ersten schwedischen Rockmusikern, die einen Starstatus erhielten, gehörte Ragnar Nygren alias Rock-Ragge (vgl. Lundberg 2007, S. 25). Genau wie Little Gerhard und Rock-Boris, die in den nächsten Kapiteln vorgestellt werden, gab Rock-Ragge Elvis Presley als sein großes Vorbild und somit größte Inspirationsquelle an. Die Eindrücke, die durch Elvis Presley und den Rock'n'Roll entstanden, inspirierten Rock-Ragge und die anderen beiden Rockkönige dazu, selbst Musik zu machen und die neue Musik nachzuahmen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 30). Auch durch den Film *Blackboard Jungle*, in dem Bill Haley *Rock Around The Clock* sang, wurde Rock-Ragge inspiriert,

---

<sup>44</sup> Man darf hierbei nicht vergessen, dass z. B. auch Elvis seinen Durchbruch mit einem Coversong hatte. *Hound Dog* stammt im Original von der Bluessängerin Willie Mae Thornton (vgl. Olsen 1998, S. 28).

Musik zu machen (vgl. Lundberg 2007, S. 25). Außerdem war er mit Musik aufgewachsen, da seine Eltern Instrumente spielten und sangen. Mit 14 Jahren fing Rock-Ragge an, das Trompetespielen bei einem Privatlehrer zu lernen und im Frühjahr 1957 suchte er eine Musikakademie auf. Er war ernsthaft an Musik interessiert und begann 1957 außerdem Gitarre zu spielen. Dies brachte er sich selbst bei (vgl. Lundberg 2007, S. 25). Schon 1956 war er an der Gründung des Orchesters Noise Makers beteiligt (vgl. Olofsson 1995, S. 281) und im Sommer 1957 begann er, mit einigen Freunden aus seiner Heimatstadt Solna Musik zu machen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 30). 1957 nahm er im Nalen, dem damals wohl bekanntesten Entertainmentplatz in Stockholm, in dem viele Konzerte stattfanden, als Kapellmeister für das Quintett Four Comets teil. Den Namen Rock-Ragge bekam er in dieser Zeit von einem alten Freund. Er ließ sich von Gene Vincent inspirieren und er machte eine ruhigere Bühnenshow als die anderen Rockkönige (vgl. Olofsson 1995, S. 281). Trotz seines begrenzten Repertoires erreichte er große Aufmerksamkeit im Nalen und an Rockmusik Interessierte begannen sich für seine Rockauftritte zu interessieren (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 30). Durch seine Auftritte im Nalen wurde die Schallplattenfirma Decca auf ihn aufmerksam und der Produzent Emil Borin nahm mit ihm im Dezember 1957 seine erste Schallplatte auf, auf der *Teach You To Rock* das erste Lied war. Boris Lindqvist alias Rock-Boris wirkte auf dieser Schallplatte mit (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 31). *Be-Bop-A-Lula* war seine Debütsingle, die 30.000 Mal verkauft wurde (vgl. Olofsson 1995, S. 281). Zwischen seiner Debütsingle und dem April 1958 nahm der 19-Jährige drei EPs auf (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 13). Die Songs sind alle auf Englisch, jedoch war Rock Ragges Englisch seiner eigenen Aussage zufolge auf keinem guten Niveau. Er versuchte so gut es ging, die englischen Songs von Künstlern wie Presley, Vincent oder Little Richard durch das Schallplattenanhören und Deuten der Wörter zu verstehen und nachzuahmen (vgl. Lundberg 2007, S. 26). Da die schwedische Rockwelle 1960 vorbei war, gab er im Februar 1960 seine letzte Schallplatte heraus. 1963 startete er einen Comebackversuch und tourte zusammen mit Rock-Finn, allerdings nur für wenige Monate. Erst Anfang der 70er Jahre, als die Rock'n'Roll-Helden der 50er Jahre wieder populär geworden waren, hatte er wieder Erfolg und spielte mehrere Jahre in der Band Rockfolket (vgl. Olofsson 1995, S. 281). Rock-Ragge ist somit ein typisches Beispiel für einen schwedischen Rocksänger der 50er Jahre. Er besaß schlechte Englischkenntnisse, versuchte die Songs der amerikanischen Rocksänger trotz-



dem nachzuzahlen und hatte in Schweden, aber nicht im Ausland, Erfolg. Rock-Ragge war sehr musikinteressiert und das anfängliche Hobby nahm nach und nach immer mehr Raum in seinem Leben ein, so wie es in den 50er Jahren bei vielen schwedischen Jugendlichen zu beobachten war.

### **3.1.1.2 Karl Lennart „Boris“ Lindqvist alias Rock-Boris**

Der 1940 in Solna geborene Karl Lennart „Boris“ Lundqvist ist unter dem Namen Rock-Boris in die Musikgeschichte eingegangen. Schon in seiner Jugend spielte er mehrere Musikinstrumente, darunter Posaune, Gitarre, Orgel und Klavier. Auch Rock-Boris kam durch den Film *Blackboard Jungle* – in Schweden trug er den Titel *Vänd dem inte ryggen* – dazu, Rockmusik zu machen (vgl. Lundberg 2007, S. 56). 1957 begann er mit 17 Jahren als Pianist in Rock-Ragges Band Four Comets zu spielen. Schon kurze Zeit später beschloss er, lieber etwas Eigenes zu machen und selbst zu singen (vgl. Olofsson 1995, S. 71). Seine erste Single *Doomsday Rock* spielte er im Februar 1958 unter dem Namen Boris and his Jailers ein, die Jailers war seine eigene Band (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 31). Diese und drei andere Rocksongs, die er 1958 eingespielt hatte, verkauften sich gut (vgl. Olofsson 1995, S. 71). Im März 1958 ging er mit Chris Lennert auf Tour und es zeigte sich, dass die Rockmusik im ganzen Land angekommen war (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 32). Rock-Boris tourte nicht nur in Schweden, sondern auch in Norwegen, Dänemark und Finnland (vgl. Lundberg 2007, S. 155). Somit hatte Rock-Boris in den 50er Jahren kleinere Exporterfolge zu verbuchen, die für die Zeit im Rockbereich eher ungewöhnlich waren, allerdings beschränkten sich die Erfolge auf die nordischen Länder. Auf der Bühne war er sehr wild, machte Luftsprünge und „[...] flyger runt som en gummigubbe på scenen [...]“ (Lundberg 2007, S. 60). Auch Boris hatte wie die anderen Rockkönige Probleme mit dem Englischen. Während er die englischsprachigen Originalschallplatten hörte, schrieb er den Text phonetisch so gut er konnte auf (vgl. Lundberg 2007, S. 60). 1959 nahm er am Wettbewerb *Skandinaviens Rock-Kung* teil, den er aber nicht gewann. Rock-Boris wandte sich danach dem Jazz zu, da er an der Rockmusik zu zweifeln begann und beendete seine Karriere als Rocksänger Ende 1959 (vgl. Olofsson 1995, S. 71). 1963 wollte er auf keinen Fall mehr Rock-Boris genannt werden (vgl. Lundberg 2007, S. 240). In den 60er Jahren wendete er sich anfangs dem Twist und – wie schon erwähnt – dem Jazz und dem Svensktopp zu. Unter Svensk-

topp verstand man zu der Zeit wohl am ehesten Schlagermusik. 1964 gründete er seine eigene Band Beat Dogs, mit der er mit dem Song *Hully Gully Holiday* großen Erfolg in Deutschland hatte. Aufgrund seiner heiseren Rockstimme gab er dem Svensktopp eine neue Dimension. 1966 begann er mit der Gruppe Telstars Svensktoppmusik zu machen, die er auch erfolgreich mit den Beatmakers in den 70er Jahren machte. 1994 wurde er Mitglied in der Band Rockfolket, obwohl er vorher vorwiegend im Jazz beheimatet war, und wandte sich somit wieder der Rockmusik zu. Rock-Boris ist also einer der wenigen Rockmusiker der 50er Jahre, die über Jahrzehnte musikalisch erfolgreich waren (vgl. Olofsson 1995, S. 71).

### 3.1.1.3 Karl-Gerhard Lundkvist alias Little Gerhard

Karl-Gerhard Lundkvist, der unter dem Künstlernamen Little Gerhard bekannt wurde, wurde am 17. Mai 1934 geboren und kommt aus einer musikalischen Familie. Sein Vater hatte eine eigene Band und spielte Akkordeon (vgl. Lundberg 2007, S. 52). Er begann seine musikalische Karriere in einem Nachtclub in Amsterdam. Dort stand er das erste Mal auf einer Bühne (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Sein Debüt im Nalen gab er im Herbst 1957, nachdem er von Rock-Ragges Erfolgen inspiriert worden war. Auch er gewann die Gunst des Publikums (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 12 und S. 30). Sein großes Vorbild war Elvis Presley (vgl. Lundberg 2007, S. 52). In Schweden nahm er an mehreren Amateurwettbewerben teil und im Januar 1958, als er jeden Sonntag in den Eriksdalshallen in Stockholm sang, wurde der Fotograf Roland Ferneborg auf den Rocksänger aufmerksam. Er war so begeistert von dem jungen Sänger, dass er ihm anbot, sein Manager zu werden. Dies führte zu einer guten, langen Zusammenarbeit und daraus folgte auch ein Vertrag mit dem Label Karussell (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Im Januar 1958 erschien Little Gerhards erste Schallplatte *Wake Up Little Susie*<sup>45</sup>, die mit den Studiomusikern von Karussell eingespielt wurde, die aus dem Jazzbereich kamen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 31; Lundberg 2007, S. 62). Er wurde außerdem im Mai 1958 zu „Sveriges Rockkung“ gewählt und tourte durch Schwedens *folkparker*<sup>46</sup> (vgl. Olofsson

---

<sup>45</sup> Sie enthielt außerdem die Songs *Lotta Lovin*, *What you've Done To Me* und *No Wedding Today* (vgl. Lundberg 2007, S. 62).

<sup>46</sup> Man kann den Begriff *folkparker* nur schwer wörtlich übersetzen. Hierunter versteht man öffentliche Anlagen mit einer Freilichtbühne und Tanzlokalen. Im Folgenden werden die *folkparker* als Volksparks bezeichnet.



1995, S. 200). 1959 machte er z. B. 115 Volksparkshows (vgl. Lundberg 2007, S. 166). Seinen größten Erfolg feierte er mit einer Version von Louis Primas *Buona Sera*<sup>47</sup>, der Song verkaufte sich in Skandinavien über 250.000 Mal<sup>48</sup>. 1958 gab Little Gerhard außerdem sein Filmdebüt und er wurde im August 1958 zu „Nordens Rockkung“ gewählt (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Wie gesagt bestand die Rockmusik der 50er Jahre fast nur aus Coversongs ausländischer Lieder. Nur Little Gerhard machte ein paar stereotype Songs, die nicht gecouvert waren (vgl. Thörnvall 1982, S. 9). Aufgrund seiner großen Erfolge galt er 1958 als Leiter der Rockwelle (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 32; Lundberg 2007, S. 166). Auch im Ausland feierte Little Gerhard Erfolge, besonders in Westdeutschland, durch das er im selben Jahr tourte. Bemerkenswert ist, dass er acht Songs auf Deutsch aufnahm und in dem deutschen Schlagerfilm *Und Noch Frech Dazu* mitspielte (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Er wurde in Westdeutschland schnell ein großes Idol, so dass die *Bravo* über ihn berichtete (vgl. Lundberg 2007, S. 133). Seine Erfolge in Westdeutschland hatten Beständigkeit, obwohl die Rockwelle dort noch nicht richtig in Fahrt gekommen war. Er kam mit dem eigens für den deutschen Markt aufgenommenen Song *Versprich mir nichts* (1959) sogar in die deutsche Hitliste (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 33). Seiner eigenen Aussage zufolge war sein Deutsch noch schlechter als sein Englisch. Die Texte lernte er phonetisch (vgl. Lundberg 2007, S. 133). Anmerkenswert ist, dass das deutsche Publikum im Durchschnitt fünf bis zehn Jahre älter war als das schwedische und „[...] att Little Gerhard nu sjunger rock'n'roll för vuxna, lite lågmäldare och med småprat på 'tysk-svensk-engelsk språkpyttipanna““ (Lundberg 2007, S. 169). Aber auch in den USA und in England, wo er der erste schwedische Rocksänger war, der dort tourte, war er erfolgreich (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Little Gerhard galt als führend, wenn es um die technischen Neuerungen innerhalb der Aufnahmetechnik und der Instrumente ging. Er wendete z. B. als erster verschiedene Echoeffekte an. „Man kom nu att konfronteras med bättre och dyrare utrustning år efter år“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 59).

---

<sup>47</sup> „Låt oss t.ex. anta att Little Gerhard sjungit in Buona Sera på svenska. Hade man inte då uppfattat den som en schlager?“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 61). Hier soll noch einmal aufgezeigt werden, dass Rocksongs auf Englisch gesungen werden mussten, da sie sonst nicht als Rocksongs wahrgenommen werden würden.

<sup>48</sup> Lilliestam und Lundberg sprechen von über 100.000 verkauften Schallplatten, da er 1959 eine Goldene Schallplatte für 100.000 verkaufte Exemplare bekam. Dies ist eine hohe Anzahl, da die Rocksänger normalerweise zu der Zeit nicht viele Schallplatten verkauften (vgl. Lilliestam 1998, S. 76; Lundberg 2007, S. 144).

Anfang der 60er zeigte sich eine Veränderung, er benannte sich in Lille Gerhard um und fing an auf Schwedisch zu singen (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Seine erste schwedischsprachige Single *Skoldags* machte er zusammen mit der schwedischen Schlagersängerin Lill-Babs (vgl. Lundberg 2007, S. 166). Er wollte von seinem alten Rockstil loskommen und hatte auch mit der neuen Sprache in der ersten Hälfte der 60er Jahre einige Hits, den größten mit *Den siste mohikanen*<sup>49</sup> (1961) (vgl. Olofsson 1995, S. 200). Im Sommer 1962 war er der meistgebuchte Musiker der Volksparks (vgl. Lundberg 2007, S. 211). Seine beiden schwedischsprachigen Schallplatten gingen direkt an die Spitze der Charts (vgl. Lundberg 2007, S. 199). Seine Musik war eine Mischung aus Svensktopp, Show und Rock'n'Roll. Während der 60er Jahre sank dann seine Popularität. Stattdessen wurde er zu einem erfolgreichen Produzenten und Songwriter.<sup>50</sup> In den 70ern war er mit den Alben *Bit för bit* und *Little Gerhard Live At Stinsen* erfolgreich. Er verlangsamte nun sein Tempo, trat aber weiterhin auf (vgl. Olofsson 1995, S. 200).

Herausgestellt werden konnte, dass Little Gerhards Karriere genauso begann, wie die der meisten schwedischen Rockmusiker in den 50er Jahren. Er kam aus einer musikalischen Familie, wurde durch Elvis Presley inspiriert und begann daraufhin selbst Musik zu machen, mit der er schnell erfolgreich wurde. Bemerkenswert ist der ungewöhnliche Erfolg, den Little Gerhard mit seiner Rockmusik im Ausland hatte.

### 3.1.2 60er Jahre

„My baby drove up in a brand new Cadillac  
My baby drove up in a brand new Cadillac  
but she ain't never, ever coming back  
Baby, baby, baby please  
Can't you see I'm on my bended knees  
Your heart's so cold it's gonna freeze.”  
The Hep Stars *Cadillac* (1965)

---

<sup>49</sup> Dieser Song verkaufte sich rund 80.000 Mal (vgl. Lundberg 2007, S. 196) und die Schallplatte war die meistverkaufte des Jahres 1961 (vgl. Lundberg 2007, S. 211).

<sup>50</sup> Für die Karriere von Agnetha Fältskog spielte er z. B. eine zentrale Rolle (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 226). Vor ihrer ABBA-Zeit war sie als Solosängerin erfolgreich und Little Gerhard war damals ihr Produzent und sorgte dafür, dass sie einen Vertrag bei der Schallplattenfirma Cupol bekam, für die er als Talentscout arbeitete (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 56).

Wie im letzten Kapitel beschrieben, war die Rockmusik sowohl in den USA und England als auch in Schweden Anfang der 60er Jahre auf dem Rückmarsch (vgl. Lundberg 2007, S. 180). Bis 1963, dem Durchbruchsjahr der Beatles, existierten viele Musikstile nebeneinander, ohne dass einer dominierte, wie es bei der Rockmusik in den 50er Jahren der Fall gewesen ist. Diese Entwicklung zeichnete sich auch in anderen Ländern ab. In den schwedischen Hitlisten hatten nun schwedische Schlagerstars wie Anita Lindblom und Siw Malmqvist die Oberhand, aber auch amerikanischer Highschool-Pop und der deutsche Schlager waren in Schweden sehr erfolgreich. Bemerkenswert war, dass auch das eine oder andere Rocklied zum Repertoire der Schlagersänger gehörte (vgl. Lilliestam 1998, S. 77ff.) Auch der Eurovision Song Contest, an dem Schweden 1958 zum ersten Mal teilnahm, wurde Anfang der 60er immer populärer (vgl. Björnberg 1989, S. 148). Man coverte Schlager aus den USA und England (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 94). Die Schlagermusik war somit wieder auf dem Vormarsch. 1961/62 bildete sich außerdem ein neuer Trend: der Twist. Genau wie beim Rock'n'Roll kam der Twist als erstes als Tanz nach Schweden und die Jugendlichen rückten wieder ins Zentrum des Interesses (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 97). Aber auch die Rockmusik war nicht vollkommen ausgestorben, in der internationalen Rockmusikszene gab es Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre eine Veränderung. Dort bildeten sich von 1957 bis 1963 auffallend viele Instrumentalgruppen. Die wichtigsten Bands waren die US-amerikanischen The Rebels und The Ventures sowie die britische Band Shadows. Aber nur die letztgenannten hatten in Schweden sehr großen Erfolg (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 100). Wieder wurde also die Musikszene in Schweden durch amerikanische und nun vor allem auch britische Bands beeinflusst. Es zeigte sich abermals eine Amerikanisierung. Nicht nur Aussehen und Sound wurden imitiert, sondern die Musiker nahmen auch oft amerikanisch klingende Namen an, z. B. benannte sich Roffe Hammerström, Mitglied der schwedischen Instrumentalgruppe The Violents, in Ray Hammer um (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 106). Steigenden Erfolg hatten in Schweden einige Musiker aus den USA und England, die teilweise in Schweden bekannter wurden als in ihren Heimatländern oder sogar nur in Schweden Erfolge feierten, dazu gehörte z. B. der amerikanische Popsänger Larry Finnegan mit *Dear One* (1962) (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 109). Die Instrumentalmusik wurde in Schweden als *ståltrådspop* bezeichnet und durch einen metallischen Klang der Gitarre mit viel Echo-Effekt charakterisiert (vgl. Lilliestam 1998, S. 80). Melodieinstru-

mente waren also meist die E-Gitarren, wie z. B. bei der Einspielung des Songs *Alpens Ros* der schwedischen Band The Violents<sup>51</sup> (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 100). Durch die Shadows und andere Instrumentalgruppen inspiriert, begannen viele schwedische Jugendliche, Bands zu gründen und E-Gitarre zu spielen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 102). Es bildeten sich hunderte Instrumentalgruppen, von denen The Violents und The Spotnicks die berühmtesten waren (vgl. Lilliestam 1998, S. 80). Die schwedische Band The Violents kopierte die Shadows soundmäßig sowie bezüglich des Images. Gleichzeitig betonte sie aber auch durch die Wahl ihrer Songs ihren schwedischen Ursprung. *Alpens Ros* war ein Song ihrer ersten Schallplatte, den man sicherlich nicht mit Rockmusik in Verbindung bringt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 105). *Alpens Ros* ist nämlich ein alter schwedischer Schlager (vgl. Lundberg 2007, S. 208). Auch in Deutschland trat The Violents auf (vgl. Lundberg 2007, S. 213). „Förmodligen bidrog denna säregna koppling mellan det hemvävda och det ’nya’ elgitarrsundet till bred popularitet“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 105). Viele weitere schwedische Bands hatten besonders von 1961 bis 1963 mit Instrumentalnummern in den *Kvällstoppen*<sup>52</sup> (Die Hits des Abends) und *Tio i topp*<sup>53</sup> (Die Top Ten) Erfolg, in denen mehrere Instrumentalnummern zu Hits wurden (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 100 und 106).<sup>54</sup> Anfang der 60er Jahre war also die reine Instrumentalmusik in Schweden sehr populär und wurde fleißig gespielt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 100f.) „[V]i nu ca 1960 fick ett aktivt musicerande med krav på skicklighet i musikalisk och teknisk mening“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 101). Somit wurde in der schwedischen Rockgeschichte durch die Instrumentalbands und die für sie charakteristischen E-Gitarren eine neue Phase eingeleitet: Ab 1960 gab es viele aktiv Musizierende. Hier zeigte sich also eine Veränderung und ein musikalischer Fortschritt zu den 50er Jahren, da nun viel mehr Schweden selbst Rockmusik machten und immer geschickter mit den elektronischen Instrumenten, vor allem der E-Gitarre, wur-

<sup>51</sup> Die Band The Violents hat auch Instrumentalversionen von Twistsongs, z. B. von Little Gerhards *Liebestraum Twist*, aufgenommen und somit am Twisttrend teilgenommen (vgl. Lundberg 2007, S. 212).

<sup>52</sup> 1962 wurden die ersten *Kvällstoppen* präsentiert, die die Schallplattenverkäufe in Schweden widerspiegeln (vgl. Eriksson/Gertten 1989, S. 45). Dieses Radioprogramm wurde von Sveriges Radio eingeführt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 117).

<sup>53</sup> Die erste *Tio i topp*-Liste wurde im Oktober 1961 von Sveriges Radio präsentiert und gesendet. Diese Charts wurden jede Woche von Jugendlichen bestimmt (vgl. Eriksson/Gertten 1989, S. 45).

<sup>54</sup> Nach dieser Phase wurden aber mehrere dieser Bands auch mit Vokalsongs bekannt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 106).

den. Jedoch muss abermals betont werden, dass die Periode von 1958 bis 1962 durch musikalische Vielfalt geprägt wurde: „Rockhistoriker beskriver gärna perioden 1958 – 62 som präglad av utslätning, harmlöshet och standardisering. [...] Medan man under rockens första 'gyllene år' kunde peka ut ett fåtal dominerade stilar, präglades scenen nu av en delvis förvirrande mångfald“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 88). Dies änderte sich 1963.

Die Band The Beatles kam am 23. Oktober 1963<sup>55</sup> nach Stockholm. Bis dahin hatte sie zwar in Schweden mit den Songs *She Loves You* und *From Me To You* Erfolge gehabt, aber sie war noch nicht berühmt in Schweden. Auf Konzertplakaten für ihre Schwedentournee, die durch die guten Kontakte des schwedischen Radiomoderators Klas Burling nach England organisiert werden konnte, stand der Name Beatles z. B. nur zwischen den anderen Bandnamen. Es handelte sich bei der Tour durch Schweden um ihre erste Auslandstournee (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 124). Daraus kann man schließen, dass Schweden schon damals keine unbedeutende Rolle in der internationalen Musikszene gespielt hat. Für die meisten Schweden waren die Beatles eine Neuheit (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 125). Der Besuch der Beatles und ihre Tournee in Schweden veranlassten die Massenmedien zum ersten Mal seit dem Besuch Tommy Steeles in den 50er Jahren dazu, über die Musik der Jugendkulturen und ihre Idole zu diskutieren. Einige Massenmedien erkannten nun, dass es wirklich eine Jugendmusik gab. Durch ihren Auftritt im TV-Programm *Drop In*<sup>56</sup> im Oktober 1963 wurde die Band The Beatles in Schweden sehr berühmt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 126). Jedoch betonen Brolinson und Larsen, dass der Besuch der Beatles in Schweden nicht als Startschuss für schwedische Popbands angesehen werden kann. Es entstanden viele Beatles-Kopien in Schweden, aber die Bands, die sich einen Namen als die Antwort auf die British Invasion machten, hatten einen anderen Hintergrund (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 131). Es kam zur großen schwedischen Popwelle, da mehrere Gitarristen der Instrumentalbands Popbands bildeten (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 107). Hier sind The Hep Stars und The Shanes zu nennen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 131). „Genom ståltrådsmusiken ökade kunskapen om och

---

<sup>55</sup> Rasmusson zufolge kam die Band The Beatles am 24. Oktober 1964 nach Schweden und er bezeichnet diesen Tag als die Geburtsstunde der neuen Rockmusik in Schweden (vgl. Rasmusson 1988, S. 144). Die Angaben, wann genau die Beatles das erste Mal nach Schweden kam, sind also in der Sekundärliteratur widersprüchlich.

<sup>56</sup> Ein Programm, das den definitiven Durchbruch der Popmusik im Fernsehen anzeigte. Es wurde am 02.09.1963 zum ersten Mal gesendet (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 121).



publikens intresse för elektroniska nydaningar inom populärmusiken“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 110). Somit kann man nicht nur die Beatles dafür verantwortlich machen, dass sich neue Bands bildeten, sondern auch die Veränderungen, die durch die Instrumentalbands eingetreten waren, sorgten für die Bildung zahlloser neuer Bands. Jedoch wird bei vielen Bands deutlich, dass sie durch die Beatles dazu inspiriert wurden, Musik zu machen.<sup>57</sup> In Schweden bildeten sich also massenhaft Popbands, „[...] die Anfang der 60er Jahre überall im Lande wie Pilze aus dem Boden schossen“ (Björnberg 1989, S. 150). Von 1964 bis 1969 gab es fast 300 schwedische Bands, die 60 LPs und 100 Singles herausgaben (vgl. Lilliestam 1998, S. 85). Zehntausende schwedische Jugendliche begannen Pop zu spielen und auch der Gitarrenverkauf brach alle Rekorde (vgl. Rasmusson 1988, S. 146). Durch die sehr plötzlichen und großen Erfolge der frühen schwedischen Popgruppen wurden viele weitere Gruppen inspiriert, ihnen nachzueifern und so bildeten sich zahllose Bands (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133). Aufgrund des Erfolgs der Popmusik waren ab 1964 auch einige Jazzmusiker, Instrumentalbands und Dansbands gezwungen, sich an den neuen Popsound anzupassen (vgl. Olofsson 1995, S. 118). Es zeigte sich ab 1964 die Tendenz, dass die schwedischen Popbands auch eigene Songs schrieben. The Shanes, Tages und Mascots gelang der Eintritt in die *Tio i topp* mit eigenen Songs, wie z. B. *Gunfight Saloon* (Shanes) im Mai 1963 (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133). Auch Benny Andersson und Claes af Geijerstam schrieben für ihre Bands, The Hep Stars und Ola and The Janglers, eigene Songs, die oft von Liebe handelten. Der Inhalt der Songs war ihnen meist nicht so wichtig (vgl. Lilliestam 2010). Dies wird auch an dem am Anfang stehenden Songtextzitat von den Hep Stars deutlich. Dass man auch eigene Songs machen musste, hatten die Bands von den Beatles gelernt (vgl. Rasmusson 1988, S. 146). Es kam zwar zu einer Steigerung des Schreibens von eigenen Songs, verglichen mit den ausländischen Vorbildern kann man aber nicht von Selbstständigkeit und viel Originalität sprechen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133). Hier zeigte sich also die Bedeutung der schwedischen Popwelle: Viele fingen an selbst Musik zu machen.

Bei den meisten Gruppen handelte es sich um Amateurbands, die in Garagen und Kellern in ganz Schweden probten. Nur wenige tourten durch das ganze Land und wurden landesweit bekannt, die meisten kamen nicht über kleinere

---

<sup>57</sup> „Mascots blev snabbt stora idoler med en musik som till stora delar var rena Beatleskopian“ (Rasmusson 1988, S. 145).

Auftritte hinaus (vgl. Lilliestam 1998, S. 85f.) Das möglichst getreue Nachahmen der amerikanischen und britischen Musiker war für die meisten schwedischen Bands der 60er Jahre kennzeichnend (vgl. Björnberg 1989, S. 151). Allerdings verschob sich das Interesse von den USA nach England<sup>58</sup> (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 127). „Sverige fungerade ännu som ett slags musikaliskt och modemässigt ’legoland’, men nu med byggbitar från London och Liverpool“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 128). Schweden hatte sich also in eine britische Popkolonie verwandelt (vgl. Rasmusson 1988, S. 145). Dies war bereits bei den Instrumentalbands deutlich geworden. Viele Popbands, die meist aus jungen Männern zwischen 17 und 20 Jahren bestanden, erlangten auch durch ihr Aussehen Aufmerksamkeit. Viele orientierten sich an den Beatles und trugen modische Kleidung sowie lange Haare, um ihren Vorbildern möglichst ähnlich zu sehen. „Popmusik handlade alltså inte bara om musik utan också om attityd och utseende. Popbandens värld var en utpräglad manlig värld, ännu mera så på 60-talet än idag“ (Lilliestam 1998, S. 86). Nur selten bestanden die Bands aus Frauen und Männern. Hauptsächlich bestand die Rolle der Frauen bzw. Mädchen darin, Fans von Boybands zu sein (vgl. Lilliestam 1998, S. 86). Genau wie die Rockmusiker der 50er Jahre sangen auch die meisten Popbands der 60er Jahre auf Englisch (vgl. Olofsson 1995, S. 83). Ein wichtiges Kennzeichen der Popmusik war also die Sprache, die sich nicht nur durch die Songtexte, sondern auch in den Bandnamen ausdrückte: The Hep Stars, The Shanes, The Mascots, Lenne & The Leekings<sup>59</sup> oder Ola and the Janglers<sup>60</sup> etc. Hier wird das Phänomen der The-Bands deutlich (vgl. Björnberg 1989, S. 149). Die Namen waren auf Englisch und öfters kam es vor, dass sie aus Wörtern konstruiert wurden, die gar nicht auf Englisch existieren, aber englisch klingen, wie z. B. Shanes oder Hep Stars (vgl. Lilliestam 2010). Nur die Band Tages hatte einen schwedischen Namen, sie war nach dem Nachnamen eines ihrer Mitglieder benannt worden. Die Popmusik definierte sich über englische Texte, schwedischsprachige Titel wurden als Schlager oder Svensktopp angesehen<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Die Rock- und Popmusiker orientierten sich vollständig an den USA und England, während Anfang der 60er Jahre der schwedische Schlager noch auf Europa, besonders auf Deutschland, ausgerichtet war (vgl. Björnberg 1989, S. 148).

<sup>59</sup> Lenne Broberg wirkte vorher bei den Adventures, einer Instrumentalband, mit und tourte mit dieser von 1961 bis 1963 durch Finnland (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 103).

<sup>60</sup> Natürlich hießen keine britischen Sänger Lenne oder Ola, bei diesen beiden Bandnamen handelt es sich um sog. *Svengelska*-Konstruktionen.

<sup>61</sup> Anfang 1961 wurden die Charts z. B. in Schweden von Schlagersängern beherrscht (vgl. Lundberg 2007, S. 196). Der Schlager bediente hauptsächlich das erwachsene Publikum.



(vgl. Björnberg 1989, S. 149). Hier wird abermals eine Parallele zur Phase der Instrumentalbands, wie sie Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre zu beobachten war, deutlich. Die Bands versuchten wie die englischen zu klingen. Es gab einige Versuche schwedischer Popbands, im Ausland erfolgreich zu werden, es hatten aber nur wenige schwedische Popbands in den 60er Jahren nennenswerte Erfolge im Ausland. Die Band Caretakers z. B. tourte erfolgreich durch Dänemark, Finnland, Norwegen und Deutschland (vgl. Olofsson 1995, S. 83).<sup>62</sup> In England tourten hingegen nur sehr wenige schwedische Bands, da sie keine Arbeitserlaubnis bekamen. Amerikanische und englische Bands begannen hingegen in den 60ern durch Schweden zu touren und fast alle berühmten Rockbands spielten wenigstens ein Mal in Schweden, z. B. The Rolling Stones, Jimi Hendrix oder The Beatles. Schwedische Bands tourten währenddessen in der ersten Hälfte der 60er Jahre durch Finnland und Westdeutschland (vgl. Liljestam 1998, S. 93f.) Man konnte also von einem Musikexport sprechen, der allerdings noch nicht erfolgreich war.

Interessant und für die nächsten Jahrzehnte bedeutend sind die Entwicklungen im Radiobereich und die Entwicklungen von Hitlisten. Sveriges Radio<sup>63</sup>, der schwedische Monopolträger für Fernsehen und Rundfunk, richtete 1962 einen Rundfunkkanal ein, der hauptsächlich Sendungen mit Hitlisten sendete. Hier gab es *Svensktoppen*<sup>64</sup> (die schwedischen Hits), *Tio i topp*, welche auf Meinungsumfragen basierten, und *Kvällstoppen*, die, wie schon erwähnt, die Schallplattenverkäufe in Schweden widerspiegeln und auf den Verkaufsangaben von 44 Schallplattengeschäften beruhten. In *Svensktoppen* wurde schwedischsprachige Musik gespielt, Originalmusik sowie Coverversionen<sup>65</sup> ausländischer Hits. In der Sendung *Tio i topp* wurde hingegen vor allem britische und

---

<sup>62</sup> Bemerkenswert ist, dass die Bandmitglieder vieler Popbands sehr jung waren. Der Schlagzeuger der Caretakers war z. B. erst dreizehn, als er Mitglied in der Band wurde (vgl. Olofsson 1995, S. 83). Es wurden also viele Bands schon in Kinder- und Jugendtagen gegründet.

<sup>63</sup> Sveriges Radio veranstaltete viele Wettbewerbe für Amateurmusiker, die den Gewinn eines Wettbewerbs als großes Ziel ansahen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133f.)

<sup>64</sup> Wurde im Oktober 1962 eingeführt (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 117).

<sup>65</sup> „Als Coverversion [...] wird eine neue Fassung eines zuvor auf Tonträger veröffentlichten Musikwerks bezeichnet, das i. d. R. von anderen Interpreten neu eingespielt und/oder live dargeboten wird. Obwohl der Grad der Veränderung dabei recht unterschiedlich ausfallen kann, bleibt das Originalwerk in seinen wesentlichen Zügen erhalten. Die Songtexte der Coverversionen sind oft Modifikationen unterworfen oder durch anderssprachige, meist thematisch an die Vorlage angelehnte Texte ersetzt“ (Penzich 2004, S. 2).

amerikanische Musik<sup>66</sup> gespielt, die sog. Jugendmusik. Es zeigte sich also eine Spaltung zwischen jugendorientierter und Schlagermusik (vgl. Björnberg 1989, S. 149f.) Außerdem hatte vor allem *Tio i topp* den Effekt, dass die schwedischen Jugendlichen schnell mit den neuesten ausländischen, vor allem englischen und amerikanischen Hits vertraut wurden (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 116). Die Songs, die in den *Tio i topp* Platzierungen erhielten, waren auch in den englischen und amerikanischen Charts vertreten. Allerdings stimmten die Platzierungen oft nicht überein. Was in den amerikanischen Charts z. B. eher auf den hinteren Plätzen zu finden war, konnte in Schweden Topplatzierungen erhalten. Man kann also nicht behaupten, dass der Musikgeschmack der schwedischen Jugendlichen eine reine Kopie des internationalen Musikgeschmacks war (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 117).

Ab 1967 wurde die Popwelle allmählich schwächer und starb 1969 fast aus. Wie kam es zur Abnahme der Popularität der Popmusik in Schweden? Eine Antwort darauf ist, dass die schwedischen Popbands in den Jahren 1966 bis 1969 Songs aus den Anfängen der 60er Jahre coverten und somit einen Schritt zurück machten, während sich die internationale Popmusik immer stärker weiterentwickelte. Die Schweden nahmen nicht an der Entwicklung teil (vgl. Lilliestam 1998, S. 86 und 97f.) Ihnen fehlten die finanziellen und technischen Mittel, die nötig waren, um der Entwicklung der angloamerikanischen Popmusik zu folgen, die stärker experimentierten (vgl. Björnberg 1989, S. 156). Die Tonqualität der schwedischen Rockeinspielungen war in den 60er Jahren oft mangelhaft und der schwedische Rock lag aus diesem Grund hinter dem der USA und England zurück. „Det finns flera orsaker: inspelningarna gjordes snabbt och under tidspress, ljudteknikerna var inte vana vid att spela in elinstrument och själva studiorna höll ibland dålig standard“ (Lilliestam 1998, S. 91). Die Schallplattenfirmen waren nicht bereit, für schwedische Bands viel Geld auszugeben, da sich die Schallplatten kaum in England verkaufen ließen, weil sie viel zu sehr den englischen Schallplatten glichen und diese wurden in England schon gut verkauft. Für schwedische Bands gab es in England keinen Bedarf, so dass sich schwedische Schallplatten grundsätzlich nur in Schweden verkauften. Aufgrund des kleinen Heimatmarktes konnten aber nicht so hohe Gewinne erzielt werden, so dass die Schallplattenfirmen nicht bereit waren, viel Geld in schwedische Bands zu investieren (vgl. Rasmusson 1988, S. 147). Au-

---

<sup>66</sup> Später auch englischsprachige schwedische Popmusik (vgl. Björnberg 1989, S. 150).

ßerdem gab es aufgrund der aufkommenden Diskotheken nicht mehr so viele Auftrittsmöglichkeiten für schwedische Bands (vgl. Björnberg 1987, S. 46). Die schwedischen Bands coverten gegen Ende der 60er Jahre hauptsächlich und schrieben keine Originallieder mehr. Natürlich war dies auch dem schwedischen Publikum bewusst, das die Originale von Frank Zappa, Jimmi Hendrix, den Beatles etc. hörte. Kehrete es den schwedischen Bands den Rücken zu, weil sie merkten, dass diese mit der Entwicklung der angloamerikanischen Bands nicht mehr mitkamen? Falls dies so gewesen ist, wurde die Kluft durch das veraltete Repertoire der schwedischen Bands noch größer (vgl. Lilliestam 1998, S. 98f.) Auf der Bühne spielten die Bands neben Coverversionen auch Originalsongs. Die Coverversionen sollten dem Original so ähnlich wie möglich sein, man strebte also nicht danach, kreativ zu sein und seinen persönlichen Stempel auf die Coverversionen zu setzen (vgl. Lilliestam 1998, S. 86f.) „Överhuvudtaget var popbandens repertoarer blandade på ett sätt som kan verka märkligt i nutida öron. Gränserna mellan olika stilar och traditioner var inte lika markerade som idag, och begreppet ‚pop‘ kunde innehålla ganska mycket“ (Lilliestam 1998, S. 87). Außerdem war eine der Ursachen für das Krisenjahr 1969 der schwedischen Popmusik die sozialistische Musikbewegung, die gegen die kommerzielle Jugendkultur gerichtet war. Die sozialistische Musikbewegung war aus dem Studentenaufstand von 1968 entstanden (vgl. Björnberg 1989, S. 155f.) Es kam zur Auflösung der meisten schwedischen Popbands, jedoch suchten sich die Mitglieder der Bands in den meisten Fällen neue Beschäftigungsfelder in der Musik. Auf der einen Seite gingen viele zu einem anderen Genre über, wendeten sich somit oftmals der schwedischsprachigen Musik zu und traten z. B. in *Svensktoppen* auf oder wechselten zur Dansbandmusik. Auf der anderen Seite gelang es aber auch vielen, sich Jahre später wieder als Rock- oder Popmusiker in Schweden oder auch im Ausland zu etablieren. Außerdem gab es noch Musiker, die sich der nicht-kommerziellen Musikbewegung anschlossen (vgl. Björnberg 1989, S. 156). Somit änderte sich Ende der 60er Jahre auch wieder die Sprache, in der hauptsächlich gesungen wurde. Viele Musiker wechselten nun wieder zum Schwedischen, weil sie hauptsächlich für ein schwedisches Publikum sangen und es nicht darum ging, Erfolge im Ausland zu haben (vgl. Rasmusson 1988, S. 148).

Zusammenfassend lässt sich zu den 60ern sagen: „The 1960s was the decade when we learnt to imitate English pop music“ (Hansson 1998, S. 67).<sup>67</sup> Es entstanden, wie bereits schon in den 50ern, jedoch in den 60ern noch weitaus mehr schwedische Amateurbands (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133).<sup>68</sup> Jedoch waren in den 50ern mehr Solosänger als Bands erfolgreich und erst die britischen Popgruppen der 60er Jahre inspirierten die schwedischen Jugendlichen, Bands zu gründen. Auch das Publikum bestand hauptsächlich aus Jugendlichen (vgl. Rasmusson 1988, S. 146). Die Musik lag hinter der englischen und amerikanischen Musik in vielen Bereichen zurück. Man begann, auf Englisch zu singen. Die Popwelle war aber keine Eintagsfliege, die einfach so wieder verschwand, sondern sie hatte enorme Auswirkungen auf die folgenden Musikgenerationen. Auf dieser Popwelle und den Erfahrungen aus den 60ern konnten die jugendlichen Musiker aufbauen, um in den nächsten Jahren ein professionelles Niveau zu erlangen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 133). Schweden war im internationalen Vergleich ein dominierendes Musikland (vgl. Bundgaard 2005, S. 49), lag jedoch weit hinter den USA und Großbritannien zurück. Jedoch wurde in Finnland in den 60er Jahren immer wieder betont, dass Finnland hinter Schweden zurückliege (vgl. Mäkelä 2007, S. 111). Die 60er Jahre waren das Jahrzehnt der Popmusik, das seine Bedeutung für die kommenden Jahrzehnte dadurch erlangte, dass so viele Jugendliche anfangen, selbst Musik zu machen. Es kam in den 60er Jahren zu vereinzelt Musikexporterfolgen, was im Folgenden an einzelnen Beispielen verdeutlicht wird, trotzdem kann man nicht davon sprechen, dass Schweden ein im internationalen Vergleich führendes Musikexportland war. Jedoch kam es mit den Spotnicks, was in Kap. 3.1.2.4 näher ausgeführt wird, zum ersten großen Musikexporterfolg einer schwedischen Rock- bzw. Instrumentalband.

### 3.1.2.1 The Hep Stars

The Hep Stars war in den 60er Jahren die populärste und die am meisten Schallplatten verkaufende schwedische Popband. Sie erreichte in den *Tio i Topp* und in den *Kvällstoppen* sehr gute Platzierungen. The Hep Stars wurde 1963 von Christer Pettersson und Lennart Hegland gegründet. Schnell kamen

---

<sup>67</sup> Siehe auch Jahnke 2010, S. 49.

<sup>68</sup> Wallis und Malm zufolge gab es in den 50er und 60er Jahren in Schweden an die 5.000 Bands, die Rock- oder Popmusik machten (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 65).

Janne Frisk und Hans Östlund dazu (vgl. Olofsson 1995, S. 157). Sie wurde also schon vor dem Beatlesfieber gegründet (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 131). The Hep Stars wurde als die schwedischen Beatles bezeichnet, da sie beim schwedischen Publikum ähnliche Begeisterungstürme wie die Beatles entfachen konnte. Sie setzte außerdem von allen Bands der 60er Jahre den stärksten Akzent, wenn auch nur in Schweden und nicht im Ausland (vgl. Jahnke 2010, S. 47). Ihren ersten Erfolg feierte sie, als sie den dritten Platz in einem Orchesterwettbewerb gewann. 1964 kam noch die Sängerin Svenne Hedlund zu der Band hinzu, die vorher bei den Clifftones Mitglied gewesen war. The Hep Stars zeichnete sich dadurch aus, dass sie sehr viel Energie besaß. Die Band überredete Åke Gerhard ihr Manager zu werden und es gelang ihnen so, 1964 eine Volksparkstournee durchzuführen und auf Gerhards Label ihre erste Single zu veröffentlichen. Bald wurde Östlund durch Benny Andersson ersetzt (vgl. Olofsson 1995, S. 157), so dass dann die klassische Hep Stars Besetzung entstand. Im Januar 1965 wurden die Bandmitglieder vollbeschäftigte Musiker und dieses Jahr war auch der Höhepunkt ihrer Karriere. Sie waren für ihre wilden Partys und ihre gefährlich aussehende Bühnenshow bekannt. Ihre zweite Single *A Tribute To Buddy Holly* wurde am 8. März in die *Tio i topp* gewählt. Kurze Zeit später belegte The Hep Stars sogar drei Plätze gleichzeitig in den *Tio i topp*, nachdem sie in der Show Drop In aufgetreten war. So begann ihr großer Erfolg, jedoch waren die Kritiker anfangs nicht von den Hep Stars überzeugt, da die Bandmitglieder keine eigenen Songs schrieben. Dies änderte sich aber bald, da Benny Andersson, der auch die Orgel bediente, anfang selbst Songs zu schreiben, wie z. B. *Sunny Girl* im Jahr 1966 oder *Isn't It Easy To Say*, welches er zusammen mit Björn Ulvaeus, damals Mitglied bei den Hootenanny Singers, geschrieben hatte. 1966 stand The Hep Stars auf dem Höhepunkt ihrer Karriere und war in den weiteren skandinavischen Ländern und auch in Deutschland und den Niederlanden erfolgreich. Außerdem hatte sie im Jahr 1966 mit dem eigentlich nur zum Spaß eingespielten Lied *I natt jag drömde* ihren größten Hit (vgl. Olofsson 1995, S. 158). Mit den englischsprachigen Songs hatte die Band ab 1967 nicht mehr so großen Erfolg, nur die Coversongs waren sehr erfolgreich. „Gruppens engelska insjungningar förlorar i popularitet, men det svenska materialet håller sig“ (Olofsson 1995, S. 159). 1969 sah die Band ein, dass ihr Ende als Popband gekommen war. In den 80er Jahren gab es noch ein Comeback der Hep Stars (vgl. Olofsson 1995, S. 159). Deutlich geworden ist, dass die Hep Stars eine für Popbands der 60er Jahre ty-



pische Karriere hatte, jedoch erfolgreicher als die meisten anderen Bands war. Dies kann durch die Songwriterqualitäten von Benny Andersson begründet werden, der sein Songwritertalent dann in den 70er Jahren in der Band ABBA zeigte. Interessant ist außerdem, dass die Band auch Erfolge mit ihren englischsprachigen Hits im Ausland hatte, jedoch gelang ihr nie der richtig große Durchbruch.

### 3.1.2.2 Tages

Gegründet wurde die Band Tages 1963. Sie begann zuerst als Alberts Skifflegrupp<sup>69</sup>, benannte sich aber bald nach dem zweiten Vornamen Tage des Bandmitglieds Danne Larsson in Tages Skifflegrupp um, der kurze Zeit später in Tages gekürzt wurde (vgl. Olofsson 1995, S. 345). Die Band bestand aus Anders Töpel (17), Danne Larsson (16), Göran Lagerberg (17), Tommy Blom (17) und Freddie Skantze (19). Die Bandmitglieder galten anfangs als „dumme“ Anfänger, die dann jedoch zum führenden Namen der schwedischen Popwelle und zu den Favoriten der Kritiker wurden (vgl. Olofsson 1995, S. 344). Im August 1964 gewann Tages den Wettbewerb *Västkustens Beatles*, da die Mitglieder lange Haare hatten und so „goldig“ waren (vgl. Olofsson 1995, S. 345). Tages „[...] kom i viss mån att bekräfta att Beatles både imagemässigt och musikaliskt slagit i Sverige“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 131). Die Bandmitglieder wurden also anfangs von den Kritikern und anderen Musikern auf ihre „Goldigkeit“ reduziert. Dies führte dazu, dass Tages anfang sehr hart zu proben und viel Zeit mit Komponieren verbrachte. Ihren Durchbruch schaffte Tages mit der Debütsingle *Sleep Little Girl* (vgl. Olofsson 1995, S. 345). Tages gehörte zu den ersten schwedischen Popbands, die sich ab 1964 in der *Tio i topp*-Liste gegen ausländische Kollegen durchsetzen konnte, die Band konnte mit den amerikanischen und englischen Bands mithalten (vgl. Olofsson 1995, S. 344f.) Erst ab der dritten Single *Don't Turn Your Back* (1965) erkannte die Kritik die Erfolgchancen und die musikalische Qualität der Gruppe. Ende 1965 kam das Debütalbum *Tages* heraus, das fast nur Coversongs enthielt (vgl. Olofsson 1995, S. 345f.) Chuck Berry rezensierte *The One For You*: „Den bästa platta jag har hört i Sverige. Göteborgarna är landets i särklass bästa band. De har fee-

---

<sup>69</sup> Kennzeichnend für den Skiffle ist, dass er meist von Amateurgruppen gespielt wurde und Instrumente wie akustische Gitarren, Banjos, Waschbretter und selbstgebaute Bässe verwendet wurden (vgl. Pendzich 2004, S. 122).

ling, musikalitet och en festlig stil. Om killarna kommer till England är succén bokad på förhand. De skulle ha en plats precis under Beatles och Stones. Välkomna!“ (Olofsson 1995, S. 345). Tages wollte auch im Ausland erfolgreich werden. 1966, als Schweden für die Band Tages zu klein wurde, wollte sie im März in England auf Tour gehen, aber bei der Ankunft in England wurden die Bandmitglieder darauf hingewiesen, dass sie keine Arbeitserlaubnis hätten und waren gezwungen, sich mehrere Tage auf dem Schiff aufzuhalten und dann England wieder zu verlassen. Sie gaben danach nicht auf, sondern arbeiteten hart, um noch besser zu werden (vgl. Olofsson 1995, S. 345). Im Sommer 1966 kam das zweite Album heraus und in den nächsten 1,5 Jahren veröffentlichte Tages noch drei weitere Alben (vgl. Olofsson 1995, S. 346). Auf ihren Alben fand man sowohl Cover- als auch Originalkompositionen, auf den Singles klangen sie dagegen eher wie die Beatles (vgl. Lilliestam 1990, S. 136). 1968 versuchte die Band erneut, das englische Publikum zu erobern, nachdem sie 1967 durch englische Provinzstädte getourt und vor kleinem Publikum aufgetreten war. Aber als sie den Titel *Halcyon Days* von der englischen Band The Herd einspielen wollte, verlangte der Produzent, dass Tommy Blom<sup>70</sup> als Sänger durch Göran Lagerberg ersetzt wurde, so dass Blom schließlich die Band verließ. Björn Skifs wurde als neuer Sänger gehandelt, aber die Gruppe machte dann doch zu viert weiter, während Blom ein paar schwedische Solosingles aufnahm. Es gab Probleme mit der Distribution der Single *Halcyon Days*, so dass es Tages nicht gelang, in England erfolgreich zu werden. 1968 bestand die Band aus Danne Larsson (20), Anders Töpel (21), Göran Lagerberg (21) und Lasse Svensson (21) und sie gab in diesem Jahr ihre 17. und zugleich letzte Single *I Read You Like An Open Book* unter dem Namen Tages heraus (vgl. Olofsson 1995, S. 344). 1970 löste sich die Band schließlich auf (vgl. Olofsson 1995, S. 346).

Tages Musik wurde nicht nur durch die Musik der Beatles beeinflusst, sondern auch durch das American Folk Song Festival in Göteborg 1963. Hier spielten Musikgrößen wie Lightnin' Hopkins und Howlin' Wolf, die Tages sehr imponierten und dafür sorgten, dass die Bandmitglieder sich anschließend die Blues-schallplatten mit den Originalsongs kauften. Die Band hatte somit ein schwierigeres Repertoire als die anderen schwedischen Bands (vgl. Olofsson 1995, S.

---

<sup>70</sup> Durch ihren Produzenten Anders „Henkan“ Henriksson hatten Tages schon früher entdeckt, dass ihr Bassist Göran Lagerberg ein ausgezeichnete Komponist und Sänger war (vgl. Olofsson 1995, S. 345).



345). Tages gehörte zu den Pionieren in Schweden, wenn es darum ging, Pop- und Folkmusik zu vermischen. Sie leitete die Popentwicklung in Schweden. Viele Songs wurden in den Abbey Road Studios in London aufgenommen, dort und auch auf der Bühne experimentierte die Band viel und war vor allem 1966 und 1967 sehr populär. Ein Beispiel für ihre Experimente war die psychedelische Lichtshow mit schwarzen Requisiten und in weiß gekleideten Bandmitgliedern auf ihrer Sommertournee 1967. So wurden bis dahin unbekannte und für das Publikum interessante Effekte geschaffen (vgl. Olofsson 1995, S. 346). Tages erkannte, dass für eine Popband das Aussehen sehr wichtig ist und die Bandmitglieder bekamen 1966 einen neuen Haarschnitt und änderten ihren Kleidungsstil (vgl. Olofsson 1995, S. 345). Tages gehörte neben den Hep Stars zu den kommerziell erfolgreichsten Bands (vgl. Lilliestam 1998, S. 88). Bedeutsam an Tages ist, dass die Band aus eigenem Antrieb heraus den Durchbruch in England schaffen wollte, was ihnen aber leider nicht gelang. Deutlich geworden ist, dass die Bedingungen in den 60er Jahren noch sehr viel schlechter waren, als dies in den folgenden Jahrzehnten der Fall sein wird, wenn man im Ausland erfolgreich sein wollte. Die fehlende Arbeitserlaubnis und die späteren Distributionsprobleme machten einen Erfolg in England nicht möglich.

### 3.1.2.3 Ola & The Janglers

Nach den Hep Stars und Tages war Ola & The Janglers eine weitere sehr populäre Band der 60er Jahre in Schweden. Ola & The Janglers war die Band, die die meisten eigenen Songs geschrieben hat. Nachdem die Band zuerst versuchte, die Shadows nachzuahmen, sich dann auflöste und danach wieder neu bildete und auf Schulfesten und anderen kleinen Events spielte, erreichte sie 1964 in Nalens Popbandwettbewerb den zweiten Platz und bekam daraufhin mehrere Auftritte im Raum Stockholm. Die Aufnahmen des Songs *She's Not There* im Jahre 1965 zeigten, wie primitiv die Bedingungen zu der Zeit in Schweden waren. Die Schallplatte musste in der Nacht aufgenommen werden, damit kein Autolärm von der Straße mit auf die Schallplatte kommt. Schon 1965 platzierte sie sich in den *Tio i topp*, der richtig große Erfolg kam aber erst, nachdem Ende 1965 Christer Idering<sup>71</sup> durch Claes af Geijerstam ersetzt wurde. Geijerstam komponierte die meisten Songs, z. B. *Love Was On Your Mind*, der 1966 auf

---

<sup>71</sup> Sein Bruder Gunnar war Mitglied in der schwedischen Band The Mascots (vgl. Olofsson 1995, S. 246).

Platz 1 der *Tio i topp* kam. Ola & The Janglers wurde somit eine ernst zu nehmende Konkurrenz zu den Hep Stars, Tages und den Shanes. 1966 und 1967 waren die großen Jahre der Band. Das Jahr 1967 kann auch als sog. Skandaljahr<sup>72</sup> bezeichnet werden, Ola & The Janglers fing 1967 auch an, sich auf das Ausland zu konzentrieren. Die Band tourte durch England, erreichte aber keinen Durchbruch. „1968 hade femtiotalen rocken fått något av en renässans och snart hade 'Let's Dance' blivit gruppens största hit“ (Olofsson 1995, S. 246). Dieser Hit erreichte sogar eine Chartposition in den USA (vgl. Olofsson 1995, S. 246). Sie war die erste Popgruppe aus Schweden, die einen Song in den US-Charts platzieren konnte (vgl. Palm 2003, S. 169). „Efter Spotnicks är Ola & The Janglers den grupp från sextiotalet som finns mest representerad med utländska utgåvor“ (Olofsson 1995, S. 247). Ola & The Janglers konnte sich nicht mehr dazu durchringen, es noch einmal im Ausland zu versuchen und hatte Ende 1968 ihren letzten Auftritt. Ihr Comebackversuch 1977 war nicht erfolgreich. Einige Mitglieder der Band, besonders Ola Håkansson, waren nach 1969 mit anderen Bands erfolgreich (vgl. Olofsson 1995, S. 247). Auch wenn einer ihrer Hits eine Chartposition in den USA erreicht hatte, kann man nicht von großen Exporterfolgen sprechen. Es gelang der Band kein Durchbruch. Ola & The Janglers ist also ein typisches Beispiel für eine Popband in den 60er Jahren, wenn man sich die Auslandserfolge anschaut. Einige versuchten es und manchmal kam es auch zu kleineren Erfolgen, aber ein weltweiter Durchbruch gelang in den 60er Jahren keiner schwedischen Popband.

### 3.1.2.4 The Spotnicks

Nur die schwedische Band The Spotnicks hat im Ausland Erfolge gefeiert, die Forscher dazu verleiten, sie als den ersten schwedischen Musikexport zu bezeichnen: „Såga vad man vill om Spotnicks men de var Sveriges första riktiga popexport – långt före ABBA“ (Olofsson 1995, S. 315). Auch Bundgaard betont, dass die Spotnicks schon Ende der 50er Jahre eine international berühmte Rockband war, so dass sie Schwedens erster Musikexport war (vgl. Bundgaard

---

<sup>72</sup> Es gab einige Aufregung um Liebesszenen zwischen Ola Håkansson und der Schauspielerin Monica Ekman, die nach dem Dreh des Films *Ola & Julia* an die Öffentlichkeit gelangten. Sogar im Ausland wurde darüber berichtet. Außerdem gelangte an die Öffentlichkeit, dass Ola Håkansson schon seit zwei Jahren heimlich verheiratet gewesen ist, dies brachte vor allem die weiblichen Fans in Aufruhr (vgl. Olofsson 1995, S. 246).

2005, S. 49). Bo Winberg, Björn Thelin, Ove Johansson und Bo Starander<sup>73</sup> bildeten die Rockgruppe Frazers, die von 1959 bis 1960 in Göteborg, ihrer Heimatstadt, und in der Umgebung Göteborgs spielte. 1960 nahm The Spotnicks fünf Songs – zwei waren Instrumentalsongs – mit hauptsächlich selbstgebauten Instrumenten auf (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 103f.) Nachdem Stikkan Anderson als Manager wenig Erfolg hatte, wurde Little Gerhards Manager Roland Ferneborg engagiert und verhalf der Band schnell zu einigen Auftritten in Deutschland. „Ferneborg tyckte att gruppen var det värsta han sett på scen, men det bästa han hört“ (Olofsson 1995, S. 315). Bo Winberg hatte mit der Band eigene Demotapes aufgenommen, davon erreichte eins Simon Brehm von dem Label Karusell, der anfangs nicht glauben konnte, dass eine schwedische Gruppe so profihaft klingen könne. Die Frazers wurden in The Spotnicks, ein Wortspiel in Anlehnung an den russischen Satelliten Sputnik, umbenannt. *Ghost Riders in The Sky* und *The Old Spinning Wheel* sind die beiden Songs der Debütsingle, die im März 1961 erschien (vgl. Olofsson 1995, S. 315). *Old Spinning Wheel* stieg im September 1961 in die Charts des *Showbusiness* ein. Im selben Jahr begann ihre internationale Karriere mit Auftritten in Westdeutschland, Spanien und Frankreich. In Schweden selbst war es vorher zu keinem richtigen Durchbruch gekommen (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 104). The Spotnicks war also im Ausland erfolgreicher als in Schweden. *Orange Blossom Special* trat im Juni 1962 in die Hitliste Englands ein und war damit die erste schwedische Einspielung, die das gelang (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 104). Die Bandmitglieder wurden bei einem TV-Auftritt in Raumanzüge gekleidet, die sie später meistens auf der Bühne trugen. Diese Bilder erreichten London und waren einer der Gründe, warum ihnen später das Angebot gemacht wurde, eine Englandtournee zu machen (vgl. Olofsson 1995, S. 315). Im August 1962 begann die Englandtournee, die natürlich auch aufgrund des Erfolgs von *Orange Blossom Special* zustande kam (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 104). Die Spotnicks war die erste schwedische Band, die sich in den englischen Charts mit zwei Top 30-Hits hoch platzieren konnte und in den frühen 60er Jahren großen Erfolg hatte, vor allem im Ausland (vgl. Olofsson 1995, S. 315). Auch in vielen anderen Ländern war sie erfolgreich und tourte durch die ganze Welt. Nur in den USA hatte sie keinen Erfolg, da man dort die Band The Ventures hatte und keine Nachfrage nach The Spotnicks bestand. Dafür war die

---

<sup>73</sup> Er nahm den Namen Bob Lander an (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 103).

Band in Japan umso erfolgreicher (vgl. Bundgaard 2005, S. 49). „På sätt och vis var de före sin tid. De slog rätt bra utomlands och kom till och med upp på Englandslistan och blev stjärnor i Japan där man än idag älskar olika sorters teknopop“ (Rasmusson 1988, S. 144). Aber auch in Schweden hatte die Band 1963 einen großen Erfolgshit, mit *Amapola* erreichte sie die Nummer 1 der schwedischen *Topplistor* (vgl. Lundberg 2007, S. 238). 1965 besuchte The Spotnicks zum ersten Mal Japan, um eine Goldene Schallplatte für eine Million verkaufte Schallplatten entgegen zu nehmen. In Australien erreichte sie, ohne das Land je besucht zu haben, mit *Orange Blossom Special* den ersten Platz der Charts. Im Laufe der Jahre veränderte sich die Besetzung der Band mehrmals. Auch in den 70er und 80er Jahren war die Band noch aktiv und erfolgreich (vgl. Olofsson 1995, S. 316). Die Band The Spotnicks hatte somit im Ausland größere Erfolge als in Schweden selbst und kann zu Recht als der erste schwedische Musikexport bezeichnet werden. Die Aufzählung ihrer Auslandserfolge hat deutlich gemacht, dass sie die erste schwedische Band war, die mit Rocksongs, wobei es sich meistens um Instrumentalsongs handelte, die für die 60er Jahre typisch waren, größere Erfolge im Ausland erreicht hat.

### 3.1.3 70er Jahre

„Money, money, money,  
Must be funny,  
In the rich man's world”

ABBA *Money, Money, Money* (1976).

Nachdem in den 60er Jahren die Musikszene Schwedens noch ausschließlich durch Amateurbands geprägt wurde, waren die Schweden zu Beginn der 70er Jahre in der Pop- und Rockmusik äußerst kompetent (vgl. Larsen 2000, S. 3). In den 60er Jahren lagen die Schweden, wie im letzten Kapitel erwähnt wurde, technisch noch weit zurück, dies änderte sich aber nun. Man sang jetzt wieder in der Landessprache (z. B. Pugh Rogefeldt<sup>74</sup> oder November) und dieser Trend

---

<sup>74</sup> Pugh Rogefeldt wird auch als Vater der schwedischen Rockmusik bezeichnet (vgl. Thörnvall 1982, S. 6). Mit Rogefeldts LP-Debüt *Ja, då ä dä!* (1969) wird die schwedische Sprache auch in der Rock- und Popmusik eingeführt (vgl. Lilliestam 2010; Thörnvall 1982, S. 11). „Pughs betydelse för att få lyssnarna att acceptera svenska som rockidiom och andra artister att pröva det är stor. Hans personliga, lekfulla blandning av visa och rock under pionjäråren är också viktig för skapandet av en musikaliskt sett svensk identitet i rocken“ (Thörnvall 1982, S. 11). Mit den LPs *Pughish* (1970) und *Hollywood*

auf der Landessprache zu singen, zeigte sich auch in anderen Ländern (vgl. Lilliestam 1998, S. 34 und S. 102). In den 60er Jahren war es noch undenkbar gewesen, Rocksongs auf Schwedisch zu singen (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 65). Somit begannen die zuvor herrschenden Genrenormen aufzubrechen, nach denen Musik mit schwedischsprachigem Text als „Nichtrock“ gegolten hatte. Viele wandten sich aber einer eher am Schlager orientierten Musik zu (*svensk-toppen*), andere hingegen auch unterschiedlichen Arten von stilübergreifender Musik. Bedeutsam war in den 70er Jahren die Musikbewegung Proggen<sup>75</sup>, da sie ideologisch sehr wichtig war und ein deutlich schwedisches Profil besaß. Besonderen Wert legten die Musiker des Proggen darauf, dass sie keine vorrangig kommerzielle Musik machten<sup>76</sup> (vgl. Lilliestam 1998, S. 102). Der Proggen war „[...] en blandning av vänsterpolitik, svensk folkmusik, amerikansk rock och omsider självförtärande dogmatism. Dess födelse och första stora manifestation blir Gärdesfesten<sup>77</sup> sommaren 1970“ (Thörnvall 1982, S. 12). Die Songs waren schwedischsprachig, sie waren nicht international ausgerichtet und die meisten Bands hatten schwedische Namen wie z. B. Blå Tåget oder Nynningen (vgl. Lilliestam 1998, S. 102; Lilliestam 2010). Wichtig an dieser Musikbewegung war also, dass die Musiker ihre Muttersprache entdeckten und somit auf Schwedisch sangen. Alle Schweden verstanden nun, was sie sangen und sie mussten sich viel mehr Gedanken über die Texte machen als dies in den beiden vorherigen Jahrzehnten bei den auf Englisch singenden Musikern der Fall gewesen war (vgl. Eriksson 1975, S. 145). „Ser man på allt som hänt 70 - 75 så är folkpopens texter fantastiskt innehållsrika. De har en bredd som Sveriges samlade debattböcker. En del är direkt vänsterpolitiska. De handlar om sammanhållning och kamp“ (Eriksson 1975, S. 145). Durch diese schwedische Musikbewegung wurden große Teile des schwedischen Pop- und

---

(1972) verfestigte er seine Stellung als Identitätsschaffer für die schwedische Rockmusik (vgl. Thörnvall 1982, S. 18). „Pugh Rogefeldt betydde väldigt mycket 69 – 70 för att påverka folk att sjunga pop på svenska och för att få publiken att förstå att detta var naturligt och riktigt“ (Eriksson 1975, S. 179). Er öffnete die Tür für eine ganze Welle von schwedischen Künstlern, die auf Schwedisch sangen (vgl. Lilliestam 2010).

<sup>75</sup> Die Musikbewegung Proggen darf nicht mit der progressiven Rockmusik gleichgesetzt werden, da es sich beim Proggen nicht um ein Musikgenre handelt.

<sup>76</sup> Weil der Proggen im Gegensatz zum Kommerziellen stand und eine Alternative zum Kommerziellen darstellte, wurde er auch als alternative Musik bezeichnet (vgl. Rasmusson 1988, S. 149).

<sup>77</sup> Im Sommer 1970 entstand der *proggen på gärdet* (vgl. Eriksson 1975, S. 68; Rasmusson 1988, S. 149). Dort spielten zum ersten Mal die für den schwedischen Rock der 70er bedeutsam gewordenen Bands und Sänger vor großem Publikum (vgl. Rasmusson 1988, S. 149).



Rocklebens in den 70er Jahren beeinflusst. Oft wurde nun auch von *folkets kultur* gesprochen und die neu entstandene Musik wurde *folkpop* genannt, für die Indielabels gegründet wurden, da die großen kommerziellen Verlage diese oft nicht herausbringen wollten. Die wahrscheinlich wichtigste Band dieser Musikbewegung war die Hoola Bandoola Band<sup>78</sup> (vgl. Thörnvall 1982, S. 12). Interessant ist, dass es im Ausland keine mit dem Progen vergleichbare Musikbewegung in den 70er Jahren gab. Dort waren eher verschiedene Varianten des Rocks, wie z. B. Jazzrock und Hardrock, dominierend (vgl. Thörnvall 1982, S. 13). Der politische Rock war nirgends so stark wie in Schweden (vgl. Eriksson 1975, S. 60). Die Musikexporteure der 70er Jahre, ABBA, Harpo und Blue Swede, die im Folgenden genauer behandelt werden, standen im Kontrast zum Progen, da sie auf Englisch sangen und sich international ausgerichtet hatten. Besonders ABBA betonte das Kommerzielle (vgl. Lilliestam 1998, S. 102). Dies wird auch durch das eingangs stehende Songtextzitat deutlich. Es gab also auf der einen Seite die *popular hit culture*, die durch die Charts *Svensktoppen* symbolisiert wurde und das Kommerzielle hervorhob, auf der anderen Seite gab es die *politically-based alternative culture*, den sog. Progen (vgl. Hansson 1998, S. 67). ABBA wurde nach ihrem Sieg beim Eurovision Song Contest 1974 hart in Schweden kritisiert, da sie eine kommerzielle Gruppe seien und nur oberflächliche Themen behandeln würden. Es gab also eine Missstimmung im eigenen Land ABBA gegenüber und sogar ein Anti-ABBA-Song wurde geschrieben (vgl. N’Goma 2012).

In Schweden war in den 70ern außerdem eine neue schwedische Rockpoesie<sup>79</sup> entstanden.<sup>80</sup> Besonders hervorzuheben sind die Musiker Lasse Tennander, Eva Dahlgren und Ulf Lundell (vgl. Lilliestam 1998, S. 102). Ulf Lundell war der erfolgreichste Rockkünstler in den 70er Jahren. Ursprünglich hatte er „[...] als Prosadichter begonnen und kombinierte eine wortreiche, teilweise von Bob

---

<sup>78</sup> Bis zum Durchbruch ABBAs war die Hoola Bandoola Band Schwedens populärste Band. Ihre politisch radikalen Texte waren auf Schwedisch und sie orientierte sich musikalisch an den Beatles. Die Hauptpersonen der Gruppe waren Björn Afzelius und Mikael Wiehe, die beide nach der Auflösung der Band als Solomusiker erfolgreich waren, Afzelius als Sänger selbstkomponierter Songs und Sänger von schwedischen Übersetzungen von Bob Dylan-Songs (vgl. Rasmusson 1988, S. 150). In den 60ern war Afzelius Mitglied in der Popband Thunders (vgl. Eriksson/Gertten 1989, S. 128).

<sup>79</sup> Auch *ballad rock* oder *troubadour rock* genannt (vgl. Hansson 1998, S. 69).

<sup>80</sup> Hier ist anzumerken, dass es in den 50er Jahren aufgrund des zunehmenden Einflusses der amerikanischen Rockmusik zu einem Rückgang der Liedtradition kam, während in den 60er Jahren viele neue Liedersänger in Erscheinung traten, z. B. Cornelis Vreeswijk. Man bediente sich immer stärker einer persönlich geprägten Singweise, welche ungeschult war (vgl. Björnberg 1989, S. 154).



Dylan inspirierte Rockpoesie mit einer auf dem 60er-Jahre-Rock aufbauenden Rockmusik im Geiste Bruce Springsteens“ (Björnberg 1989, S. 160). Diese schwedische Rockpoesie entsprach in etwa den Singer/Songwritern in den USA, aber die Texte waren auf Schwedisch. Außerdem war die literarische bzw. poetische Ambition sehr hoch (vgl. Hansson 1998, S. 69).

Sammanfattningsvis började många svenska artister åren runt 1970 att visa upp en egenart och en begynnande frihet från bindningen till anglo-amerikanska förebilder. Detta gällde både text och musik, och det blev ett starkt tema under det kommande decenniet, när svensk rock på allvar visade en egen profil (Lilliestam 1998, S. 102).

In den 70er Jahren zeigten sich also bedeutende Entwicklungen in der schwedischen Musiklandschaft. Die schwedischen Musiker fingen an, sich von den angloamerikanischen Vorbildern zu lösen und begannen, ein eigenes Profil zu entwickeln. Es gab mehrere Vertreter von Popgruppen der 60er Jahre, die nun erfolgreiche Produzenten (Anders Henriksson, Bengt Palmers), Komponisten (Ola Håkansson, Benny Andersson) oder Techniker (Michael Tretow) geworden waren (vgl. Larsen 2000, S. 3). Michael B. Tretow arbeitete z. B. schon in den 60er Jahren als Tontechniker für diverse Amateurbands und war außerdem Mitglied in mehreren Popgruppen. In den 70ern wurde er dann Tontechniker bei ABBA, weil er schon in den 60ern für die ABBA-Mitglieder Benny und Björn gearbeitet hatte. Bengt Palmers produzierte z. B. *Moviestar* von Harpo. Auch viele Musiker zeigten bedeutsame Entwicklungen vor allem im Hinblick auf den Musikexport. Björn Skifs und Lasse Welander sind hier zu nennen, die in den 60ern Rockmusik machten und dann in den 70ern große Erfolge im Ausland feierten (vgl. Björnberg 1989, S. 160). Lasse Welander war in den 60ern als Gitarrist tätig und hat ab den 70er Jahren mit Künstlern wie Ulf Lundell, Carola oder der Band ABBA zusammengearbeitet. Björn Skifs spielte in den 60ern in der Popband Slam Creepers und ab 1972 in der international erfolgreichen Band Blåblus, auf die im Folgenden noch näher eingegangen wird. Es wird deutlich, dass die schwedischen Musiker im Vergleich zu den 50er/60er Jahren professioneller und erfolgreicher wurden.

Aber es gab nicht nur Entwicklungen in der schwedischen Musikgeschichte, welche sich ausschließlich in Schweden selbst abspielten, sondern auch das Ausland wurde auf schwedische Musik aufmerksam. Das Land Schweden erlebte im April 1974 bezogen auf seine Musikgeschichte einen denkwürdigen Monat. Zum einen erreichte Björn Skifs mit seiner Band Blue Swede und dem Song *Hooked On a Feeling* den ersten Platz in den amerikanischen Billboard-

charts (vgl. Larsen 2000, S. 1). Zum anderen gelang ABBA am 6. April 1974 beim Grand Prix d'Eurovision mit dem Song *Waterloo* der Sieg<sup>81</sup>. Außerdem hatte Harpo<sup>82</sup> mit dem Song *Moviestar* internationalen Erfolg, vor allem in England und Westdeutschland (vgl. Lilliestam 1998, S. 113). Schon seit der Popwelle 1964 träumten viele schwedische Bands von einem internationalen Erfolg. Zehn Jahre später wurde aus dem Traum Wirklichkeit und es begann eine „[...] hochinteressante Epoche der schwedischen Musikgeschichte“ (Larsen 2000, S. 1). Immer noch träumten viele Musiker davon, in den USA durchzustarten, jedoch blickte der schwedische Rock nun mehr auf das pulsierende Musikleben in Europa (vgl. Rasmusson 1988, S. 158). Ab dem Jahr 1974 kann man nun vom Erfolg des schwedischen Musikexportes sprechen. Genauer wird hierauf in den Kapiteln 3.1.3.1 und 3.1.3.2 eingegangen.

Nicht nur in dem vor allem durch ABBA präsentierten Popbereich kam es zu wichtigen Veränderungen, auch im Rockbereich gab es neue Entwicklungen. 1976/77 kam es zu einer erneuten Wende im schwedischen Rock. Diesmal wurde er vom neuen britischen Rock und Musikern und Bands wie den Sex Pistols, Elvis Costello oder Clash inspiriert. Wiederum wurde der schwedische Rock vom britischen beeinflusst. Meistens waren die Musiker dieser Welle etwas älter, Beispiele für Bands dieser Welle sind Ebba Grön, Dag Vad oder Eldkvarn. Nach diesen Bands bildeten sich viele neue schwedische Bands, die dann aus jüngeren Musikern bestanden. Es war nun also die vierte Welle im schwedischen Rock, nach den Rock'n'Roll-Sängern in den 50er Jahren, der Beatles-Welle der 60er Jahre und der 70er Jahre Gärdes-Band. Diese vierte Welle war größer als die anderen. Die Musiker dieser vierten Welle lernten noch schneller das Spielen von Instrumenten als die früheren schwedischen Rockmusiker, da sie auf der einen Seite bessere Instrumente und eine bessere Musikausbildung hatten und auf der anderen Seite mit der Rockmusik aufgewachsen waren. Schon als kleine Kinder hatten sie die Beatles gehört. Sie waren mit der englischen Rocksprache aufgewachsen, die für viele Ältere so schwer zu lernen war (vgl. Rasmusson 1988, S. 154ff.)

---

<sup>81</sup> Von Interesse ist, dass nur ABBA und Céline Dion nach dem Gewinn des Eurovision Song Contests eine internationale Karriere gemacht haben. ABBAs Gewinnersong war der einzige, der in die US-Charts eingestiegen ist (vgl. Gradvall 2004b, S. 28).

<sup>82</sup> Bürgerlicher Name: Jan Harpo Torsten Svensson. Interessantes Detail: ABBA-Sängerin Frida sang die Backing Vocals sowohl auf der schwedischen als auch auf der englischen Fassung von *Moviestar*. Der Song belegte 30 Wochen lang eine Chartplatzierung in Deutschland (vgl. MTV).

Ende der 70er Jahre kam es genau wie in den 60er Jahren durch die Popwelle zu einer Zunahme des Amateurmusizierens. Hierzu führte die britische Punk-Welle, also die eben erwähnte vierte Welle. Zu den wichtigsten Gruppen gehörten Ebba Grön<sup>83</sup> oder Pink Champagne (vgl. Björnberg 1989, S. 162). Auch Ebba Grön sang genau wie die schwedischen Rockpoeten auf Schwedisch. Sie hatte eine andere Ambition und Attitüde als die Rockmusiker der 50er und 60er Jahre, weil sie in ihren Songs ihre Wirklichkeit beschreiben und der schwedischen Bevölkerung ihre Gedanken und Meinungen vermitteln wollte (vgl. Liljestam 2010). Diese Punk-Welle hatte zwar keine Auswirkung auf den Musikexport, da keine Punk- oder New Wave-Band internationale Aufmerksamkeit erlangte, jedoch legte diese Bewegung den Grundstein für den Alternative- und Indie Rock in Schweden, der in den 80er und 90er Jahren von Bedeutung war (vgl. Jahnke 2010, S. 50). Hierauf wird in den folgenden Kapiteln noch näher eingegangen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in den 70ern viele verschiedene Musikstile – von Blues bis Syntpop – nebeneinander existierten (vgl. Rasmusson 1988, S. 158). Teils wurden schwedischsprachige und teils englischsprachige Texte favorisiert und es bildete sich kein dominanter Musikstil, wie in den 50er und 60er Jahren, heraus. Der Musikexporterfolg Schwedens wurde durch die Erfolge Björn Skifs, Harpos und besonders durch die Erfolge ABBA im Ausland eingeläutet. „The 1970s was the decade when we struck out on our own and tried to develop a distinctive, Swedish pop tradition“ (Hansson 1998, S. 67). Es bildete sich also ein eigenes schwedisches Profil heraus und es ging nicht mehr darum, die angloamerikanischen Musiker zu imitieren. Es entwickelte sich eine eigenständige, schwedische Popkultur. Außerdem war die Pop- und Rockmusik nun von hoher musikalischer Klasse und es gab viele erfahrene Musiker und geschickte Instrumentalisten (vgl. Rasmusson 1988, S. 158). So näherten sich die Schweden in den Bereichen Professionalität und musikalische Qualität immer mehr den USA und Großbritannien an.

---

<sup>83</sup> „Ebba Grön är vårt tveklöst mest framgångsrika punk- och new waveband“ (Thörnvall 1982, S. 15).

### 3.1.3.1 ABBA

Über ABBA<sup>84</sup> – der Bandname besteht aus den Initialen der Bandmitglieder Anni-Frid Lyngstad, Agnetha Fältskog, Benny Andersson und Björn Ulvaeus<sup>85</sup> – ließen sich ganze Bücher schreiben. Es sind auch schon einige entstanden, ebenso wie mehrere Filme und Dokumentationen, jedoch soll es in diesem Unterkapitel nicht darum gehen, die komplette eindrucksvolle Biografie ABBAs darzustellen, sondern vor allem darauf einzugehen, warum die Band so einen großen Erfolg im Ausland gehabt hat und als der schwedische Musikexporteur schlechthin gilt. ABBA wurde 1972 in Stockholm gegründet – die Band ist nicht die Idee einer Schallplattenfirma, sondern fand selbst zusammen – und löste sich 1983 auf. Die Band hat also eine elf Jahre dauernde Karriere hinter sich. Alle vier ABBA-Mitglieder hatten schon vor der Bandgründung musikalische Erfolge vorzuweisen (vgl. N’Goma 2012; Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 124). Agnetha und Anni-Frid waren als Solosängerinnen erfolgreich, Björn war Mitglied bei den Hootenanny Singers und Benny bei den Hep Stars (vgl. Frith/Straw/Street 2001b, S. 200). Aber erst mit ABBA wurden sie zu Weltstars.

„Sweden has given the world ABBA“ (Wallis/Malm 1984, S. XIII). Im Folgenden soll nun der Schwerpunkt auf die Musikexporterfolge gelegt werden, da ABBA nicht nur die erfolgreichste Band Schwedens, sondern auch eine der erfolgreichsten der Welt ist. Es handelte sich bei ABBA um die erste schwedische Band, deren Musik von Anfang an auf ein internationales Publikum ausgerichtet war (vgl. Burnett 1992, S. 146). Der Eurovision Song Contest war in den 70er Jahren die einzige Möglichkeit, die ABBA sah, um international auf sich aufmerksam und erfolgreich zu werden. Nachdem die Band 1973 im schwedischen Vorentscheid mit dem Song *Ring Ring* scheiterte, gewann sie 1974 nicht nur den schwedischen Vorentscheid, sondern mit dem Song *Waterloo* gleich den gesamten Eurovision Songcontest, welcher in Brighton stattfand (vgl. N’Goma 2012). Mit ABBA begann, wie schon in Kapitel 3.1.3 kurz dargestellt wurde, die Erfolgsstory des schwedischen Musikexportes. Beispiele für ihre internationalen Erfolge lassen sich viele finden, z. B. ihre neun Nummer-1-

---

<sup>84</sup> Anmerkwert ist, dass es in Schweden schon seit dem 19. Jahrhundert eine gleichnamige, bekannte Firma gibt, die Fischkonserven herstellt (vgl. N’Goma 2012).

<sup>85</sup> Anfangs nannte sich die Band Björn und Benny, Agnetha und Anni-Frid. Den Bandnamen ABBA kann weltweit jeder aussprechen (vgl. N’Goma 2012).

Hits in England<sup>86</sup> (vgl. Gradvall 2004b, S. 28), wo ABBA auch heute noch ein Begriff ist, der auf einem mit der Bedeutung von Björn Borg vergleichbaren Niveau liegt (vgl. Rasmusson 1988, S. 153). ABBA wurde in England die erfolgreichste Gruppe seit den Beatles (vgl. N’Goma 2012). Außerdem hatte die Band in Australien besonders großen Erfolg (vgl. Rasmusson 1988, S. 153). 1977 flog die Band nach Australien und gab dort elf ausverkaufte Konzerte, aber schon vor dieser Tournee waren die ABBA-Mitglieder dort zu Stars geworden (vgl. N’Goma 2012). Sogar in den US-Charts<sup>87</sup> landete ABBA mit *Waterloo* auf Platz 6 (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 82), der Song wurde weltweit ca. sechs Millionen Mal verkauft (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 88), ist fröhlich und hat eine helle, positive Melodie (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 15). ABBA hatte insgesamt 18 Top Ten-Hits in Europa (Frith 2001, S. 95). Aber auch in den nicht-europäischen Ländern löste die Band einen Hype aus, z. B. in Japan (vgl. N’Goma 2012). Es wurden bis heute ca. 400 Millionen ABBA-Alben verkauft (vgl. Jahnke 2010, S. 48). Und die Zahl ist weiter steigend, denn jeden Tag werden ca. 3.000 ABBA-Tonträger verkauft. Nur die Beatles und Elvis haben mehr Schallplatten verkauft (vgl. N’Goma 2012). Viele Jahre nach ihrer Auflösung hat die Band noch Einfluss auf die internationale Musikszene. Die Bedeutung ABBA in der internationalen Musikszene lässt sich an vielen Beispielen erkennen. Madonna hat in ihrem Erfolgshit *Hung Up* (2005) z. B. ein ABBA-Sample verwendet (vgl. Petras 2011, S. 119). Das in den 80er Jahren erfolgreichste britische Popproduktionsteam Waterman, Aitken und Stock wurde deutlich von ABBA beeinflusst. Watermans Projekt Steps kann als ABBA-Klon bezeichnet werden. ABBA Musik war spätestens Mitte der 90er wieder zum Leben erweckt worden, was z. B. auch durch das Musical *Mamma Mia* deutlich wurde (vgl. Frith/Straw/Street 2001b, S. 200). 1992, mitten in der Zeit des Eurodance, wurde das Best-of-Album *ABBA Gold* veröffentlicht, das sich entgegen dem damaligen Musikgeschmack und dank geschickten Marketings über 28 Millionen Mal verkaufte. Und das, obwohl es die Band nicht mehr gab (vgl. N’Goma 2012). Das Album *ABBA Gold – Greatest Hits* erreichte im Jahr 2008 Platz 1 der Albumcharts in Großbritannien (vgl. Official Charts Company). ABBA ist „der größte schwedische Musikexport aller Zeiten“ (Svenska Institutet 2008, S. 2). Man liest auch, dass ABBA nach Volvo

---

<sup>86</sup> Mehr Nummer-1-Hits in England hatten nur Cliff Richard, die Beatles und Elvis Presley (vgl. Gradvall 2004b, S. 28).

<sup>87</sup> „ABBA were much less successful in the United States market [...] than everywhere else“ (Frith/Straw/Street 2001b, S. 199).



der erfolgreichste Exportartikel Schwedens sei (vgl. Jahnke 2010, S. 48). Ende der 70er Jahre soll sie sogar ein größerer Exporterfolg als Volvo gewesen sein (vgl. Frith/Straw/Street 2001b, S. 200). Aber ABBA war nicht nur der größte Musikexporterfolg Schwedens, sondern definierte auch eine neue Form der europäischen Dancepop-Kultur (vgl. Frith/Straw/Street 2001b, S. 193). *Waterloo* wird auch als Beginn der Popmusik angesehen (vgl. N’Goma 2012). „The Swedish quartet, Abba, are the most successful ever Europop group. Europop is music made in Europe for general European consumption” (Frith/Straw/Street 2001b, S. 198).

Aber warum war und ist ABBA so erfolgreich? Oldham, Calder und Irwin zufolge gibt es eine Formel, nach der ABBA’s Songs funktionieren: „[...] ein atmosphärisches Intro, ein stimmungsvoller Aufbau und ein elektrisierender Refrain, der dank der harmonischen Vitalität der Frauenstimmen plötzlich aufstrahlt wie ein Leuchtfeuer“ (Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 135). Für ABBA’s Songs war außerdem charakteristisch, dass in den Arrangements häufig Jahrmarkt- und Folk-Musik verwendet wurde, dass der Gesang sehr mitreißend und stark betont war, dass sich ihre Songs dem Europop zuordnen lassen und dass der von ihrem Techniker Micke Tretow produzierte Polar-Studio-Sound<sup>88</sup> sehr klar ist (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 135). ABBA legte also sehr großen Wert auf Studioarbeit und experimentierte viel mit dem Ton. Die hohen Töne der Frauen waren für die Musik ABBA’s sehr wichtig, denn der so entstandene Ton hat einen hohen Wiedererkennungswert (vgl. Palm 2008, S. 169f.) Die Stimmen der Frauen wurden immer wieder aufgenommen und dann übereinander gelegt. Wichtig war, dass jeder Ton saß und der so entstandene Klang hörte sich an, als wenn mehrere Anni-Frids und Agnethas gleichzeitig singen würden. Die hohen Töne gaben den Songs Energie (vgl. N’Goma 2012). Die vokalen Arrangements und Melodien waren für ABBA kennzeichnend. ABBA schuf „[...] etwas Eigenes, selbständig und schwedisch, aber im angloamerikanischen Stil und in einer im internationalen Vergleich avancierten Aufnahme- und Mischtechnik“ (Larsen 2000, S. 1). Das Besondere an ABBA war, dass hier etwas Eigenes entstanden war. Es wurde nicht gecovered und ABBA war nicht so abhängig von der angloamerikanischen Musik. Die Band verwendete ihre eigenen Werkzeuge (vgl. Palm 2008, S. 168). Wallis und Malm sind aller-

---

<sup>88</sup> „Björn und Benny arbeiteten wochenlang daran, einen Sound zu perfektionieren, der sich anhörte, als sei er in fünf Minuten zusammengeschlagen worden“ (Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 137).



dings der Meinung, dass ABBAs Musik nichts mit ihrem Herkunftsland zu tun hat (vgl. Wallis/Malm 1984, S. XIII). Auch Oldham, Calder und Irwin betonen, dass viele Songs der frühen Jahre staatenlos erschienen, da sie von einer starken, internationalen Ausprägung geprägt waren (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 210). Frith, Straw und Street schreiben, dass Folk ein schwedisches Charakteristikum ihrer Musik war (vgl. Frith/Straw/Street 2001b, S. 200). Der Mix aus der Unschuld der 60er Jahre und der modernen Produktionstechnik waren ein Kennzeichen ABBAs. ABBA machte solide, melodiose Popmusik, bekam durch ihre Bühnenkostüme<sup>89</sup> Aufmerksamkeit, ihre Songs hatten eine hohe Qualität und Kraft (vgl. Palm 2008, S. 168ff.) Die Einfachheit ihrer Musik wird immer wieder hervorgehoben (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 46). Die Band machte Unterhaltungsmusik, die tanzbar ist. „Men på det området var de långt intressantare och skickligare och fantasifullare än de allra flesta andra. De gjorde oerhört genomarbetade skivor med ett personligt sound som påverkat många andra, inte minst internationellt“ (Rasmusson 1988, S. 153). An diesem Zitat wird ein entscheidender Punkt deutlich. ABBA und ihr Sound beeinflussten viele weitere Musiker. Dies wird in den nächsten Kapiteln noch herausgestellt werden.

Optisch prägte ABBA die 70er Jahre mit ihren Glitzerkostümen<sup>90</sup> und Plateauschuhen (vgl. Jahnke 2010, S. 48). Diese trugen dazu bei, dass ABBA in Erinnerung bleibt (vgl. N’Goma 2012). Ihr Image wurde außerdem dadurch beeinflusst, dass die vier Mitglieder zu zwei Pärchen wurden und nachher auch heirateten und Kinder bekamen. Familienglück und Glamour machten also ihr Image aus (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 13). ABBA wirkte nach außen hin wie zwei normale, glückliche Pärchen (vgl. N’Goma 2012). ABBAs Manager „Stig“ Andersson hat die Marke ABBA verwaltet und eine Industrie aus ihr gemacht. ABBA ist eine eingetragene Marke. Stig formte alle Eigenschaften ABBAs zu einem stimmigen Gesamtbild (vgl. N’Goma 2012). Durch ihr Aussehen, vor allem durch Agnethas, wurde auch das schwedische Stereotyp bedient. „ABBAs Musik, die sich durch durchgearbeitete Studioproduktionen und eine melodiose Synthese zwischen verschiedenen U-Musikstilen auszeichnete, ist ein ausgezeichnetes Beispiel für die schrittweise Übernahme von Rockele-

---

<sup>89</sup> In ihre Hosen wurden sie eingenäht (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 12).

<sup>90</sup> Die auffälligen Kostüme ABBAs wurden von dem Designer Owe Sandström entworfen. Er hat in den 70er Jahren alle ABBA-Kostüme gemacht, mit Ausnahme der Outfits, die die ABBA-Mitglieder beim Sieg des Eurovision Song Contests trugen (vgl. N’Goma 2012).

menten in die Schlagermusik ab Ende der 60er Jahre“ (Björnberg 1989, S. 160). Die Struktur eines Songs ist ABBA also besonders wichtig, ihnen ist das Intro genauso wichtig wie der Refrain (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 139). Zu ihrer 1976 erschienenen Single *SOS* veröffentlichte ABBA ihr erstes Video und ABBA gehörte somit zu den Pionieren im Bereich der Musikvideoproduktion (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 140). Sie galt auch als Videoband und nicht als Live-Band (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 243). Ihre Live-Auftritte hatten nicht zu ihrem internationalen Durchbruch beigetragen (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 208). Ihre Musik wurde als perfekter Pop bezeichnet (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 141). ABBA arbeitete sehr professionell und hatte großes technisches Know-How (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 90). Ihre Erfolge reichten schon vor ihrer Welttournee 1977 an die der Beatles, Cliff Richard oder Elvis Presley heran, obwohl die Bandmitglieder noch nicht ernsthaft auf einer Konzertbühne gestanden hatten (vgl. Oldham/Calder/Irwin 2000, S. 243). Bei der Betrachtung der Karriere von ABBA ist deutlich geworden, dass die Band sich ihren Erfolg mit selbst geschriebenen Songs hart erarbeitet hat. Ihre Musik ist zeitlos und heute noch haben ihre Songs Ohrwurmqualitäten. Auch wenn es umstritten ist, ob schwedische Merkmale in ABBA's Musik zu finden sind, wird ABBA im Ausland als schwedische Band wahrgenommen, ihre *Swedishness* wird immer wieder hervorgehoben. ABBA ist die für den schwedischen Musikexport bedeutendste Band. Wie groß ist der Anteil ABBA's am schwedischen Musikexporterfolg? Hätte es diesen ohne ABBA überhaupt in der Form gegeben? Dies wird in Kapitel 4.1.3.8 erörtert.

### **3.1.3.2 Blue Swede**

Björn Skifs, der Sänger der Band Blue Swede, war schon vor seiner Zeit bei Blue Swede musikalisch aktiv. Er war Mitglied der Slam Creepers, die sich 1969 auflöste, und er war daraufhin als Soloartist tätig. Aber erst mit Blue Swede gelang ihm der Durchbruch (vgl. Olofsson 1995, S. 307). Blue Swede nannte sich anfangs Blåblus und hat sich in Blue Swede umbenannt, da dieser Name internationaler ist. Die Band sang auf Englisch und „[...] siktade mot den internationella marknaden på ett sätt som svenska grupper fram till dess inte gjort“ (Lilliestam 1998, S. 113). Mit dem Song *Hooked On a Feeling* schaffte sie den internationalen Erfolg. Es handelte sich hier um ein Cover von

BJ Thomas Hit von 1969, der auch schon im Jahr 1972 von dem Engländer Jonathan King gecovered und mit dem „ooga-chaka, ooga chaka“-Intro versehen worden war (vgl. Gradvall 2004b, S. 26ff.) Björn Skif eroberte somit „[...] das amerikanische Publikum mit einer neuen Version einer bekannten Vorlage“ (Larsen 2000, S. 1).<sup>91</sup> Blue Swede erreichte ein Jahr nach dem Erscheinen des Songs in Schweden den ersten Platz der Billboardcharts in den USA und sorgte für eine der größten Sensationen der schwedischen Popgeschichte. Jedoch wurde sie in den USA und auch in Schweden schnell vergessen, da sie nicht in der Ausdehnung tourte, die für einen langfristigen Erfolg notwendig gewesen wäre (vgl. Olofsson 1995, S. 307). Die Band war also nur eine Eintagsfliege, aber dadurch, dass ABBA gleichzeitig erfolgreich wurde, war Schweden im internationalen Popgeschäft als feste Größe anerkannt (vgl. Jahnke 2010, S. 48). Björn Skifs selbst ist in Schweden weiterhin sehr erfolgreich, er gewann u. a. zweimal das schwedische Melodifestivalen und war als Musicalstar erfolgreich (vgl. Olofsson 1995, S. 307). Er ist „[...] one of the country’s most popular mainstream entertainers with a large number of nightclub shows, movies and TV shows under his belt“ (Gradvall 2004b, S. 26). Björn Skifs sang 2010 gemeinsam mit Agnes Carlsson auf der Hochzeit von Kronprinzessin Victoria den Song *When you tell the world you are mine*. Es zeigt sich, dass der Erfolg in den USA nun auch für schwedische Bands möglich ist, jedoch muss für einen langfristigen Erfolg hart gearbeitet werden, ansonsten bleibt es wie bei Blue Swede bei einem One-Hit-Wonder.

### 3.1.3.3 Ulf Lundell

Berühmt wurde Ulf Lundell 1976 durch die Veröffentlichung seines Debütromanes *Jack* (vgl. Thörnvall 1982, S. 47). Lundell war nicht nur Verfasser von Romanen, sondern auch Musiker. Ulf Lundells erste Schallplatte *Vargmåne* kam 1975 heraus und wurde von dem kommerziellen Schallplattenlabel EMI herausgegeben, da ein Verlag der Musikbewegung ihn vorher abgewiesen hatte (vgl. Thörnvall 1982, S. 47). Kennzeichnend für die erste Schallplatte war, dass die Sprache sehr poetisch war (vgl. Ivarsson 2007, S. 141). „Så här otvungen och självklar hade svensk rocklyrik aldrig låtit förr“ (Ivarsson 2007, S. 141).

---

<sup>91</sup> 1992 wurde der Song *Hooked On A Feeling* von dem Regisseur Quentin Tarantino für den Film *Reservoir Dogs* verwendet und wurde somit wieder bekannt (vgl. Gradvall 2004b, S. 28).

Inspiration für seine Musik bekam Lundell von Bob Dylan (60er Jahre) und Bruce Springsteen (70er Jahre) und nahm in Schweden textlich und musikalisch die gleiche Stellung ein wie seine Inspirationsquellen dies in ihren jeweiligen Heimatländern taten. Er hatte also seine eigene Musikrichtung gefunden und war in dieser ein Einzelgänger, setzte sich also von anderen Musikern ab (vgl. Thörnvall 1982, S. 14). Lundells Musik wird folgendermaßen charakterisiert: „[...] Lundell spelar just bara ‘rock‘ – vanlig tung mainstream rock och släpiga, sentimentala ballader [...]“ (Thörnvall 1982, S. 14). Lundell machte also Mainstreamrock, der von ausländischen Künstlern beeinflusst wurde, und außerdem gehörten noch sentimentale Balladen zu seinem Repertoire. Er hatte keine eigene Band, sondern wurde durch professionelle Musiker unterstützt, so dass das Anonyme in seinen Songs noch verstärkt wurde. Kennzeichnend für Lundell ist außerdem seine dunkle, leicht wiederzuerkennende Stimme, mit der er jedes Lied „[...] på sitt omelodiösa vis“ (Thörnvall 1982, S. 48) singt. Neben seiner Stimme sind die Persönlichkeit bzw. das Image und seine Texte seine Stärke (vgl. Thörnvall 1982, S. 48). Ulf Lundell ist Schwedens „mest litterära och kanske mest framgångsrika 'seriösa' rockartist“ (Thörnvall 1982, S. 6). Ulf Lundell ist also ein Künstler, der nicht zu den Musikexporteuren Schwedens gezählt werden kann, der aber einen großen Einfluss auf die Musiker der 70er und späteren Jahrzehnte hat. Durch seine schwedischsprachige Rockmusik beeinflusste er die schwedischen Musiker.

### 3.1.4 80er Jahre

„You want to rock now rock the night  
till early in the morning light  
rock now rock the night oh oh oh oh  
rock now rock the night  
you'd better believe it's right  
rock now rock the night oh oh oh oh.“  
*Europe Rock the Night* (1985)

Die 80er Jahre wurden von Beginn an durch eine internationale Orientierung geprägt (vgl. Andersson 2001, S. 243). Gleich mehrere schwedische Bands hatten internationalen Erfolg. Dazu gehörte die Band Secret Service, die mit ihrem Discosong *Oh Susie* weltweit sehr erfolgreich war und von 1979 bis 1981 mehrere weitere Hits, wie z. B. *Flash In The Night* oder *Ye Si Ca*, in Europa, Japan

und besonders in Südamerika hatte. Sie setzte einen der größten Schallplattenexporte in Gang (vgl. Hansson 1998, S. 69; Larsen 2000, S. 2). Auch im Rockbereich konnte Schweden internationale Erfolge verbuchen. Mitte der 80er Jahre produzierte Schweden zwei internationale Hardrockstars: Yngwie Malmsteen und Europe. Malmsteen trat, nachdem er Anfang der 80er nach Amerika gezogen war, den Gruppen Alcatrazz und Steeler bei. Später beschloss er, alleine erfolgreich zu werden. Es gelang ihm, er wurde ein internationaler Superstar (vgl. Hansson 1998, S. 69). Einen Namen im Ausland machte sich auch die schwedische Band Europe, die ab 1986 Erfolge im Ausland feierte, ihren Durchbruch in Schweden hatte sie schon 1982, als sie den *Swedish Rock Championship* gewann (vgl. Hansson 1998, S. 69f.) Yngwie Malmsteen als auch Europe feierten schon früh in Japan Erfolge. Dort baute sich der schwedische Hardrock schnell ein treues Publikum auf (vgl. Hansson 1998, S. 70). Viele schwedische Hardrockbands waren in Japan erfolgreicher als in Schweden (vgl. Hansson 1998, S. 70). Es zeigt sich an den Beispielen von Europe und Malmsteen, dass erstmals nun auch Rockmusiker internationale Erfolge feierten. Die Musiker orientierten sich international, was sich bei Europe u. a. dadurch zeigte, dass der Sänger der Band, Joakim Larsson, den Künstlernamen Joey Tempest annahm (vgl. Lilliestam 1998, S. 134). Außerdem zeigt sich durch das Annehmen von englischen Künstlernamen – das seit den 50er Jahren unter schwedischen Musikern verbreitet ist – die Beeinflussung durch die USA und Großbritannien.

An dem Zitat „[b]y the end of the 1980s one could easily get the impression that half of Sweden’s rock musicians played hard rock“ (Hansson 1998, S. 70) wird deutlich, dass die Rockmusik in Schweden in den 80ern durch den Hardrock dominiert wurde. Der schwedische Rockmusikmarkt, auf dem Sängerinnen kaum eine Chance hatten, war sehr von Männern geprägt. Zu Dänemark zeigt sich hier ein Unterschied, da dort die Sängerinnen sehr wohl eine Chance hatten (vgl. Rasmusson 1988, S. 158). „På skivorna dränks deras sång i manliga syntar och gitarrer. De saknar den kvinnliga kraft och säkerhet som de danska (och många amerikanska och många andra) rocksångerskor har. Traditionen från Abba där sångerskorna var instrument för män sitter djupt“ (Rasmusson 1988, S. 158). In diesem Zitat wird abermals deutlich, welchen Einfluss ABBA auf die schwedische Musikgeschichte hat. Wie schon erwähnt, löste sich ABBA 1982 auf und es kam in der Folge dazu, dass in der Popszene den Musikexport betreffend ein Vakuum entstand (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 2). Es



gab hauptsächlich erfolgreiche Bands aus anderen Genres als dem Popgenre. Im Ausland erfolgreich war die schwedische New Wave-Band Imperiet, die aus Mitgliedern der inzwischen aufgelösten Band Ebba Grön bestand, u. a. aus Joakim Thåström. Die Band tourte z. B. durch Nicaragua und Cuba und war bei einer internationalen Schallplattenfirma in den USA unter Vertrag. Auch Lolita Pop aus Örebro spielte in den USA, während die Bands Nomads und Leather Nun in Europa Aufmerksamkeit erregten (vgl. Rasmusson 1988, S. 157). Dies waren allesamt keine Popbands, sondern Punk- oder Rockbands. Auch das Songtextzitat am Beginn dieses Kapitels macht die Dominanz der Rockmusik in den 80er Jahren deutlich. Erst Ende der 80er Jahre kam es zum ersten großen Erfolg einer Popband: Roxette. Diese war international sehr erfolgreich.

Die Genre-Grenzen zwischen Pop, Schlager und Rock lösten sich in den 80er Jahren immer weiter auf und es kam aber gleichzeitig zu einer Spezialisierung und Genre-Diversifikation (vgl. Björnberg 1989, S. 162). Kennzeichnend war für die 80er Jahre, dass die Rock- und Popmusik in verschiedene Unterstile eingeteilt worden war. Im Vergleich zu den 60er Jahren zeigt sich hier also eine Veränderung, da in dem Jahrzehnt der Pop noch sehr zusammengehalten war (vgl. Lilliestam 1998, S. 118). In den meisten europäischen Ländern zeigte sich die Entwicklung, dass nicht – wie es bei der Punk-Explosion zu beobachten war – der Kampf gegen den Mainstream im Vordergrund stand, sondern die Abgrenzung der Szenen voneinander nun im Mittelpunkt stand (vgl. Jahnke 2010, S. 50). Es lässt sich eine Entwicklung der schwedischen Populärmusik erkennen, da sich immer mehr Musikstile herausbildeten, die sich in weitere Unterstile differenzieren lassen. Ein Beispiel hierfür ist der Musikstil Heavy Metal, der sich seit den 80er Jahren in die Untergenres Death Metal, Speed Metal, Black Metal usw. aufteilen lässt.

Der schon in den 70ern herausgebildete schwedischsprachige Rock und Pop entwickelte sich in den 80ern weiter. Durch die schwedischsprachigen Texte war vorgegeben, dass sich die Musiker, zu denen z. B. Ulf Lundell, Eva Dahlgren und Marie Fredriksson gehörten, nur auf den Heimatmarkt konzentrierten (vgl. Lilliestam 1998, S. 130).<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Es gab auch Sänger, die zwischenzeitlich auf Englisch sangen. Besonders hervorzuheben ist hier Tomas Ledin, der in den 70er Jahren einer der beliebtesten Sänger schwedischsprachiger Songs war. In den 80er Jahren wechselte er zu englischsprachigen Songs und 1990 ging er wieder dazu über, auf Schwedisch zu singen und wurde bekannter als zuvor (vgl. Hansson 1998, S. 73).



Några har etablerat sig på senare år, men många har karriärer som sträcker sig tillbaka till 70-talet. Alla, framför allt Lundell och Dahlgren, har sålt i stora upplagor, och de representerar vitt skilda musikaliska stilar. Det som förenar är just att de sjunger på svenska och skriver text och musik själva (Lilliestam 1998, S. 130).

Die langjährige Tradition der schwedischsprachigen Musik wird an diesem Zitat deutlich. Ulf Lundell z. B. hatte schon in den 70er Jahren Erfolg als Musiker und auch heute noch ist er mit großem Erfolg als Musiker aktiv, wie in Kapitel 3.1.3.3 dargestellt wurde.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in den 80ern auf Kosten von schwedischen Bands ein Übergewicht an angloamerikanischen Bands bestand. Man ging auch wieder dazu über, auf Englisch statt auf Schwedisch zu singen. Außerdem war die populäre Musik in den 80ern rocklastig (vgl. Nylöf 1990, S. 95). Die 80er Jahre waren musikalisch unspektakulär. Es gab drei große schwedische Musikexporteure, die im Folgenden näher vorgestellt werden, aber ansonsten gab es keine Entwicklungen, die für den Musikexport bedeutsam sind.

### **3.1.4.1 Europe**

Die Band Europe besteht aus Joey Tempest (Gesang), John Norum (Gitarre), Mic Michaeli (Keyboard), John Levén (Bass) und Ian Haugland (Schlagzeug). Zunächst gründeten die beiden Teenager Joey Tempest und John Norum die Band Force, sie hatten die Bands Led Zeppelin, Deep Purple, UFO und Thin Lizzy als Vorbild. Schon im Alter von 16 und 17 Jahren nahmen sie ihre ersten Demotapes auf, diese wurden von den Schallplattenfirmen aber abgelehnt. Daraufhin benannte sich die Band in Europe um und gewann einen Rockbandwettbewerb, bei dem der erste Preis ein Schallplattenvertrag war. 1983 wurde das Album *Europe* herausgebracht und Jugendliche in Japan und Schweden identifizierten sich mit dieser Musik. Weltweit bekannt wurde Europes zweites Album *Wings of Tomorrow*. Sony Music New York interessierte sich nach dem Erscheinen des Albums für die Band und bot ihnen einen eine Million Dollar-Vertrag an. Am dritten Album *The Final Countdown* arbeitete Journey-Produzent Kevin Elson mit und Europe hatte nun ein amerikanisches Label hinter sich. Schon immer wollte die Band durch die USA und den Rest der Welt touren. Die Single *The Final Countdown* wurde über sieben Millionen Mal weltweit verkauft und war außerdem in über 25 Ländern auf Platz 1 der Charts.

Auch das Album war sehr erfolgreich und blieb 70 Wochen in den Billboard-charts (vgl. Europetheband 2012). Europe war also die schwedische Band, die nach ABBA den größten internationalen Erfolg – gemessen an den Schallplattenverkäufen – hatte (vgl. Rasmusson 1988, S. 157). Das vierte Album *Out Of This World* wurde von Ron Nevison (Led Zeppelin, UFO) produziert. Der größte Hit des Albums war *Superstitious* und Europe ging auf eine zweijährige Welttournee. Ihr fünftes Album *Prisoners In Paradise* wurde 1990 in Los Angeles aufgenommen und die Band ging abermals auf Welttournee. Nach einer Pause gab Europe 2004 *Start From The Dark* und 2006 *Secret Society* heraus. Mit diesem Album gewann sie die britische Rockpresse für sich und tourte regelmäßig durch Großbritannien. 2009 gab Europe das Album *Last Look At Eden* heraus, das in Schweden Platz 1 der Album-Charts erreichte. 2012 hat Europe ein neues Album *Bag Of Bones*, ihr neuntes Album, in den Atlantis Studios in Stockholm aufgenommen. Hierbei handelt es sich um ein Hardcore Classic Rock-Album mit Blues-Elementen, das weltweit herausgebracht wurde. Auch 2012 gingen sie wieder auf Tour in Großbritannien, Skandinavien und dem Rest der Welt (vgl. Europetheband 2012). Allgemein wird Europes Musik so beschrieben: „Europes stil kan beskrivas som en form av melodiös hårdrock med både gitarr och syntar i sätningen“ (Lilliestam 1998, S. 134). Manchmal wird Europe auch als Soft-Hardrockband betitelt (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 2).

Mit *The Final Countdown* wurde die Band Europe international erfolgreich, sie hatte danach aber keinen annähernd so erfolgreichen Hit wie *The Final Countdown*, der, außer in den USA, weltweit den ersten Platz der Charts erreichte (vgl. Gradvall 2004b, S. 29). „[...] [B]ut the band was an international attraction for several years“ (Gradvall 2004b, S. 29). Europe verkaufte insgesamt mehr als 15 Millionen Schallplatten (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 2). An der Band Europe kann man sehr gut erkennen, dass auch eine schwedische Rockband international durchstarten kann. Ihr Erfolg reicht von den 80ern bis heute, die Bandmitglieder arbeiteten hart für diesen Erfolg, haben viele Alben aufgenommen und sind mehrmals auf Welttournee gegangen.

### **3.1.4.2 Secret Service**

Anfang der 80er Jahre wurde Secret Service der größte schwedische Musikexporteur seit ABBA (vgl. Olson 2009). Ihren Durchbruch hatte die Band im Jahr

1979, in welchem sie auch gegründet wurde. Die Band bestand aus sechs Mitgliedern, das bekannteste war sicherlich Ola Håkansson, der vorher der Sänger bei Ola & The Janglers gewesen war (vgl. <http://www.secret servicemusic.ru/en/content/history>). Ihre Debütsingle hieß *Oh Susie* und auch weitere Singles wie *Flash in the Night*, *The Way You Are*<sup>93</sup>, *Ten O'clock Postman* und *Ye-Si-Ca* wurden zu Hits (vgl. Olson 2009). *Oh Susie* belegte in 29 Ländern den ersten Platz (vgl. <http://www.secret servicemusic.ru/en/content/history>). Insgesamt verkaufte Secret Service fünf Millionen Schallplatten. 1986 löste sich die Band auf. Im 21. Jahrhundert machten mehrere Bands Coverversionen von Secret Service Songs. Der Song *Flash in the Night* wurde z. B. in einer Schlüsselszene des international gelobten Films *Låt den rätte komma in* von Tomas Alfredson verwendet. Die Band gab im Jahr 2009 ihr Comeback und veröffentlichte im Juni 2012 ein neues Album mit bisher unveröffentlichtem Material, das der Keyboarder, Produzent und Songwriter von Secret Service, Tim Norell, zufällig bei seinem Umzug fand. Die erste neue Single *Different* (2009) wurde ursprünglich 1996 aufgenommen, aber damals nicht veröffentlicht (vgl. Olson 2009). Viele Mitglieder der Band waren nach der Auflösung der Band im Musikbusiness erfolgreich. Ulf Wahlberg hatte sowohl mit schwedischen als auch mit internationalen Künstlern großen Erfolg, für die er als Songwriter und Produzent arbeitete. Die Firma XTC Productions gründete er 1989 und verhalf damit erfolgreich schwedischen Musikern auf dem ausländischen Markt zu Erfolgen (vgl. <http://www.secret servicemusic.ru/en/content/history>). Im Jahr 2007 bekam Ola Håkansson vom schwedischen Handelsminister Sten Tolgfors einen Preis für seinen außerordentlichen Einsatz für den schwedischen Musikexport. Neben seiner aktiven Mitgliedschaft in den Bands Ola and the Janglers und Secret Service gründete er den Musikverlag Stockholm Records. Mit diesem Musikverlag brachte er mehrere international erfolgreiche Bands, wie z. B. die Cardigans oder die A-teens groß heraus (vgl. SvD Kultur 2007). An Secret Service wird deutlich, dass Comebacks erfolgreich sein können und auch einzelne Bandmitglieder wichtig für Exporterfolge sein können, indem sie nicht nur als Musiker, sondern auch als Produzenten und Inhaber eines Musikverlags am Musikexporterfolg mitwirken.

---

<sup>93</sup> Hierbei handelt es sich um ein Duett mit Agnetha Fältskog, welche Mitglied bei ABBA war (vgl. <http://www.secret servicemusic.ru/en/content/history>).

### 3.1.4.3 Roxette

Roxette besteht aus Per Gessle, der vorher zur Anfang der 80er Jahre sehr erfolgreichen Gruppe Gyllene Tider gehörte, und der Sängerin Marie Fredriksson, die in den 80er Jahren zu den erfolgreichsten schwedischen Solosängerinnen gehörte. Auch Per Gessle war nach der Auflösung seiner Band als Solosänger erfolgreich. Gessle und Fredriksson gründeten zusammen die Band Roxette, weil sie das Gefühl hatten, in Schweden als Solosänger nicht noch erfolgreicher werden zu können, als sie es ohnehin schon waren. Sie waren zusammen in derselben schwedischen Kleinstadt – in Halmstad – aufgewachsen und entschieden sich, ein englischsprachiges Rockalbum herauszubringen (vgl. Burnett 1992, S. 146). Vorher waren sie beide mit schwedischsprachigen Songs erfolgreich gewesen. Mit den englischsprachigen Songs wollten sie vor allem Auslandserfolge und somit eine internationale Karriere erreichen (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 133). 1986 kam ihre erste Single *Neverending Love* heraus und verkaufte sich 35.000 Mal in Schweden. Gleichzeitig verkaufte sich ihr erstes Album *Pearls of Passion* 280.000 Mal, was ein Gold-Rekord war (vgl. Burnett 1992, S. 146). Im Ausland reagierte man so gut wie gar nicht auf das Album, obwohl das Konzept aufs Ausland ausgerichtet war (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 138). Roxette bemühte sich, in Deutschland erfolgreich zu werden und trat dort oft im Fernsehen auf und gab zahlreiche Interviews, aber weiterhin war Roxette nur in Schweden erfolgreich (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 143). Das Major-Label EMI gab 1988 Roxettes zweites Album *Look Sharp* heraus, welches sich in Schweden wieder gut verkaufte. Man versuchte danach, EMI-Europe und EMI-America davon zu überzeugen, Promotion für Roxette zu machen. Während EMI-Europe leicht interessiert war, wollte EMI America Roxette nicht promoten (vgl. Burnett 1992, S. 146). „[...] EMI America had turned Roxette down – who in America was going to listen to a Swedish band?“ (Gradvall 2004b, S. 29). Wie Roxette schließlich weltweit erfolgreich wurde, ist folgendermaßen überliefert: 1988 kaufte ein amerikanischer Austauschstudent das zweite Album Roxettes und nahm es mit in seine Heimatstadt Minneapolis. Dort überzeugte er die örtliche Radiostation KDWB, Songs aus dem Album zu spielen. Er empfahl den Song *The Look*. Die Radiohörer waren begeistert und Kassettenkopien wurden an Radiostationen in Dallas, Houston und New York verteilt (vgl. Gradvall 2004b, S. 29; Hansson

1998, S. 74). Diese Radiostationen schickten die Kopie bzw. Kopien<sup>94</sup> von dieser dann an weitere Radiostationen in den USA, so dass sich die Kopien in den gesamten USA verbreiteten (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 163). EMI nutzte die Gelegenheit und investierte 135.000 USD, um ein neues Musikvideo zu drehen (vgl. Burnett 1992, S. 148). Die Schallplattenfirma EMI America erkannte ihren Fehler und gab *The Look* als Single heraus (vgl. Gradvall 2004b, S. 31). *The Look* war der erste schwedische Nummer-1-Hit in den USA seit exakt 15 Jahren<sup>95</sup> (vgl. Hansson 1998, S. 75). Aber nicht nur in den USA hatte es die Single *The Look* auf die Nummer 1 geschafft, sondern auch in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Spanien, Italien, Kanada, Australien, Neuseeland, Norwegen, Finnland, Island, Dänemark und in Schweden selbst (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 171). Im Oktober 1989 erreichte auch die Single *Listen to your heart* Platz 1 der Billboardcharts. Roxettes Single *It must have been love* war 1990 auf dem Soundtrack des Films *Pretty Woman* zu finden und verkaufte sich alleine in den USA über 500.000 Mal und erreichte auch Platz 1 der US-Charts. Im September 1991 ging Roxette das erste Mal als Headliner auf Welttournee (vgl. Burnett 1992, S. 148). Jedoch handelt es sich bei Roxettes Erfolgen nicht um eine „overnight succes story“, sondern um einen „career success“ (vgl. Burnett 1992, S. 146). Die Bandmitglieder arbeiteten hart für ihren Erfolg. Ende des Jahres 1989 ging die Band z. B. auf Europa-Tournee und gab innerhalb des ganzen Jahres über 1.300 Interviews, in Australien gab Roxette 80 Interviews innerhalb von acht Tagen (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 183). Nach der Veröffentlichung des Albums in den USA wurde sie neben den USA und Europa auch in Australien, Asien und Südamerika erfolgreich (vgl. Hansson 1998, S. 75). In ihren besten Jahren, von 1989 bis 1992, hatte Roxette in den USA vier Nummer-1-Hits. Ihre Alben wurden millionenfach auf der ganzen Welt verkauft (vgl. Gradvall 2004b, S. 31), ihr Album *Look Sharp* verkaufte sich z. B. über sechs Millionen Mal (vgl. Burnett 1992, S. 141). Es wurden 75 Millionen Schallplatten verkauft (vgl. Jahnke 2010, S. 48; Svenska Institutet 2008, S. 2). Ihre Single *Joyride* wurde in 26 Ländern ein Nummer-1-Hit (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 208). Auch heutzutage ist

---

<sup>94</sup> Es mussten Kopien erstellt werden, da die Single zu dem Zeitpunkt noch nicht in den USA veröffentlicht worden war (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 163).

<sup>95</sup> In der gleichen Aprilwoche wie *Hooked on a Feeling* 1974 erreichte *The Look* 1989 den ersten Platz der US-Charts (vgl. Gradvall 2004b, S. 29). Außerdem hatte ABBA am 09. April 1977 mit *Dancing Queen* den ersten Platz in den US-Charts erreicht (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 166). Somit war Roxette erst der dritte schwedische Act, der die Nummer 1 in den US-Charts erreicht hatte.



die Band Roxette noch sehr erfolgreich im Ausland. Im Jahr 2011 ist die Single *She's Got Nothing On (But The Radio)* unter den 25 erfolgreichsten Titeln der deutschen Airplay-Charts 2011 zu finden (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 53). Im Februar 2011 begann die Welttournee der Band in Russland, sie erstreckte sich über vier Kontinente und es wurden über eine Million Tickets verkauft (vgl. Utrikesdepartementet 2010a). Wenn man die Chart-Erfolge von Roxette betrachtet, sind sie Burnett zufolge die erfolgreichste schwedische Band (vgl. Burnett 1992, S. 146).

Interessant ist die Parallele zu ABBA: eine blonde Sängerin und ein männlicher Songwriter und Sänger (vgl. Gradvall 2004b, S. 31). „Roxette was like a scaled-down ABBA“ (Gradvall 2004b, S. 31). Sie kamen aber nicht – mit Ausnahme der Chart-Erfolge – an die Erfolge ABBA heran. „While Roxette are dressed for success into the nineties they most certainly learned their career moves from Abba“ (Burnett 1992, S. 141). Am Beispiel Roxette wird somit deutlich, dass die Band vermutlich viel von ABBA gelernt hat, auch wenn dies womöglich nicht bewusst geschah. Während ABBA mit ihren weltweiten Erfolgen noch eine Ausnahme war, trat Roxette in ihre Fußstapfen und wiederholte den Auslandserfolg und wurde durch harte Arbeit zu einem der größten schwedischen Musikexporteure.

### **3.1.5 90er Jahre**

„Happy nation living in a happy nation  
where the people understand  
and dream of the perfect man  
situation leading to sweet salvation  
for the people for the good  
for mankind brotherhood.“

Ace of Base *Happy Nation* (1993)

Schweden hatte in den 90er Jahren einen doppelten Vorteil: „Swedish pop music is characterised by a welldeveloped ability to assimilate foreign styles, combined with an identity of its own – which, paradoxically, is often difficult for Swedes themselves to identify“ (Hansson 1998, S. 67). Hier zeigt sich, dass die Schweden in den letzten Jahrzehnten viel gelernt haben und die Musik sich entwickelt hat. Man war auf der einen Seite in der Lage, sich den ausländischen Trends und der Musik anzupassen und diese in die eigene Musik einfließen zu



lassen. Auf der anderen Seite hatte die Musik oft gleichzeitig eine schwedische Identität, die zwar nicht leicht zu beschreiben, aber definitiv in der Musik enthalten war. Diese Entwicklung ist sehr interessant und ein Versuch, die großen Musikeporterfolge der Schweden in den 90er Jahren zu erklären. Denn die 90er Jahre wurden durch internationale Erfolge der schwedischen Musiker geprägt. Schweden entwickelte sich „[...] till en konkurrenskraftig exportnäring“ (Hallencreutz/Lundequist/Malmberg 2007, S. 13). Wenn man über den Erfolg schwedischer Musiker in den 90er Jahren spricht, gehörten die Gruppen Ace of Base, The Cardigans und der Sänger Dr. Alban zu den im Ausland erfolgreichsten Musikern, so dass auf diese in den Kapiteln 3.1.5.1 bis 3.1.5.3 noch näher eingegangen wird. Kennzeichnend für die 90er Jahre ist, dass die im Ausland Erfolge feiernden Musiker mit unterschiedlichen Stilrichtungen erfolgreich waren (vgl. Larsen 2000, S. 2). Rednex<sup>96</sup>, Pandora und Stakka Bo<sup>97</sup> hatten in den europäischen Hitlisten Erfolg, ebenso wie die Hardrockgruppen Clawfinger und Entombed, die neben anderen Hardrockgruppen auch in Japan Erfolg hatten, da dort ein Markt für schwedische Hardrockgruppen vorhanden war. Viele Hardrockgruppen waren in Japan erfolgreicher als in Schweden. Aber auch Bands und Musiker anderer Genres hatten in Japan<sup>98</sup> Erfolg, z. B. die Indiepopgruppen Eggstone oder die Cardigans. Es gab 1994 und 1995 eine schwedische Indiepopwelle, die Japan eroberte (vgl. Lilliestam 1998, S. 133ff.) Wieder einmal hatten schwedische Künstler, hier Künstlerinnen, Erfolg in Japan. Jennifer Brown und Meja gehörten zu den größten internationalen Musikerinnen in Japan (vgl. Hansson 1998, S. 77). Es herrscht in den 90er Jahren eine starke *retro-tendens* in der Rockmusik, da oftmals die Einflüsse älterer Musik in der neuen Musik der Musiker der 90er Jahre deutlich wurden, wie z. B. bei den englischen Bands Blur oder Oasis beobachtbar ist (vgl. Lilliestam 1998, S. 118) Auch in der schwedischen Rockszenen lässt sich diese Tendenz feststellen. „Generellt kan sägas att den svenska rockscenen idag är större än någonsin och mycket bred och innehållsrik“ (Lilliestam 1998, S. 118). In den 90er Jahren gab es sehr viele schwedische Rockbands, die ab 1990 entstanden und vom engli-

---

<sup>96</sup> Die Band hatte 1994 mit *Cotton Eye Joe* in England und vielen weiteren Ländern einen Nummer-1-Hit (vgl. Gradvall 2004b, S. 31).

<sup>97</sup> Hinter diesem Namen versteckt sich Johan Renck, auf den noch näher eingegangen wird.

<sup>98</sup> „In the late Nineties, Japan became the most important export market for Swedish pop“ (Gradvall 2004b, S. 33). Es gab in Tokios CD-Läden mit CD-Regalen, die die Aufschrift „Swedish Music“ trugen (vgl. Gradvall 2004b, S. 33).

schen „Indiepop“<sup>99</sup> beeinflusst wurden. Die schwedischen Bands, die diesem Genre angehören, sangen oder singen auf Englisch und haben auch oft internationalen Erfolg. Die meisten Bands kamen nicht aus Stockholm, sondern aus Malmö, Göteborg oder kleineren Städten wie Borlänge, Lund oder Jonköping (vgl. Lilliestam 1998, S. 131f.) Als erste schwedische Indiepopgruppe machte sich die Band Easy einen Namen. Sie bekam einen Schallplattenvertrag bei der englischen Schallplattenfirma Blast First, jedoch kam es niemals zu einem Durchbruch der Band, weder im Ausland noch in Schweden. Jedoch machte die Band den Weg für andere Indiepopgruppen frei, wie z. B. für Popsicle. Danach kam es zu einem wahren Boom des Indiepop und immer mehr junge Bands stürmten auf den Markt, wie z. B. The Wannadies, Eggstone oder This Perfect Day (vgl. Hansson 1998, S. 75). Auch im Death Metal wurde Schweden ab Anfang der 90er Jahre ein leitender Name. Entombed verkaufte 200.000 Alben auf dem internationalen Markt (vgl. Hansson 1998, S. 70). In Schweden wie auch in den anderen skandinavischen Ländern bildeten sich viele Metal-Bands, wie z. B. Opeth, In Flames oder Hammerfall (vgl. Jahnke 2010, S. 50).

Auch in den USA konnten schwedische Musiker Erfolge verbuchen, wie z. B. die schwedische Sängerin Robyn, die mit den Songs *Show me love* und *Do you know what it takes* 1997 und 1998 in den amerikanischen Billboardcharts zu finden war. Die Discogruppe Army of Lovers eroberte 1992 neben dem Heimatland Schweden auch Deutschland und die Niederlande mit den Songs *Obsession* und *Crucified* (vgl. Lilliestam 1998, S. 133ff.) Ein weiteres Musikgenre in den 90er Jahren, das für Musikexporterfolge schwedischer Musiker sorgte, war die Dancemusik. Ende der 80er Jahre schwappte eine internationale Welle der neuen Dancemusik nach Schweden und schnell gab es die ersten schwedischen Musiker, die sich dieser Musikrichtung zuwandten und nationale sowie internationale Erfolge feierten. Leila K und Rob'n'Raz gelang mit *Got To Get* in vielen europäischen Charts in den Jahren 1989 und 1990 ein Nummer-1-Hit. Weitere Musiker, die im Bereich der Dancemusik Erfolge feierten, waren Dr.

---

<sup>99</sup> Der Begriff Indie steht für Musik, die von Independentlabels herausgegeben wurde. Die Indiepopdefinition Hanssons macht deutlich, um welche Art von Musik es sich hier handelt: „a kind of pop music with big bad guitars and sweet little pop melodies, with a strong underlying energy and dreamy, disembodied singing“ (Hansson 1998, S. 75).

Alban, Papa Dee, Titiyo<sup>100</sup> und Kayo (vgl. Hansson 1998, S. 71). „A couple of years later it seemed as though there was hardly any modern Swedish dance music being produced that wasn't exported to at least one or more country“ (Hansson 1998, S. 72). Viele Dance-Acts waren also weltweit kompatibel.

Kennzeichnend für die 90er Jahre war außerdem, dass es nun auch viele Frauen innerhalb der Rockmusik und anderer Genres gab. In den 90ern gab es ein steigendes Interesse für schwedische Soulmusik von Musikerinnen wie Robyn, Jennifer Brown, Titiyo, Rebecka Törnqvist u. v. m. Diese Musikerinnen wurden durch amerikanischen Soul und Hip-Hop beeinflusst (vgl. Lilliestam 1998, S. 133f.) Hier zeigt sich also ein neuer Trend im schwedischen Pop der 90er: Soul bzw. R&B. Es könnten noch reihenweise schwedische Musiker aufgelistet werden, die in den 90ern im Ausland Erfolge feierten. Es zeigt sich, dass der Erfolg schwedischer Musiker im Ausland in den 90ern keine Sensation, sondern vollkommen normal war.

Mönstret 1997/98 är alltså att det är fler svenka artister än någonsin som har framgångar utomlands, men var och en säljer i mindre upplagor än ABBA, Roxette eller Ace of Base gjort. Det tycks överhuvudtaget finnas en nyfikenhet i världen på svensk musik som inte funnits förut. När flera artister från ett nytt land har haft stora framgångar uppstår automatiskt en nyfikenhet och ett sug efter flera (Lilliestam 1998, S. 136).

An diesem Zitat wird deutlich, dass im Ausland eine Neugierde nach schwedischen Musikern entstanden war, wie sie in den vorherigen Jahrzehnten nicht vorhanden war. Die Erfolge schwedischer Musiker reichten Ende der 90er Jahre zwar nicht an die von Ace of Base, Roxette oder vor allem ABBA heran, dafür gab es aber viel mehr im Ausland erfolgreiche Musiker als in den vorherigen Jahrzehnten. Es kam Ende der 90er Jahre vor, dass neun schwedische Songs gleichzeitig in den Continental Top 20-Charts gelistet wurden. Emilia<sup>101</sup>, Roxette, Jennifer Brown, Meja, The Cardigans, Jessica Folcker und Eagle-Eye Cherry wurden auf den Plätzen 1, 3, 4, 6, 8, 13, 16, 18 und 19 gelistet, einige von ihnen mit zwei Songs (vgl. Gradvall 2004b, S. 31). Die aufgelisteten Musiker und die schon im Vorhinein genannten Musiker zeigen, dass es nicht nur

---

<sup>100</sup> Interessant ist, dass Titiyo in der Sekundärliteratur und auch von ExMS sowie Svenska institutet (Schwedisches Institut) oft als Beispiel für eine im Ausland erfolgreiche Künstlerin angeführt wird. Sie selbst findet dies merkwürdig, da sie der Meinung ist, dass sie kaum CDs im Ausland verkauft hat. Der Song *Come Along* hätte sich vielleicht 100.000 Mal in Europa verkauft (vgl. Strömberg 2011).

<sup>101</sup> Das größte One-Hit-Wonder gelang wohl der Sängerin Emilia, die drei Millionen Exemplare ihrer Single *Big Big World* verlaufte (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 2).

einen dominierenden Musikstil gibt, sondern viele verschiedene, die nebeneinander existieren. Dadurch wird auch die Vielfalt der schwedischen Musik deutlich, die aber von der englischen Sprache dominiert wird, zumindest die Musik, die im Ausland erfolgreich ist.

Die schwedische Sprache liegt in den 90ern in der schwedischen Popwelt nicht im Trend, „[...] which is a little strange, considering that it is easier for artists that sing in Swedish to sell more records in Sweden. It is as though the focus is automatically on the international market, even though the chances of succeeding there must presumably be much smaller“ (Hansson 1998, S. 80). Obwohl es also leichter ist, in Schweden erfolgreich zu sein, wenn man auf Schwedisch statt auf Englisch singt, sangen die meisten Künstler auf Englisch. Allerdings starb die schwedische Sprache in der Popmusik nicht ganz aus. In Schweden gab es auch weiterhin einen Markt für schwedischsprachige Musik. Hier sind z. B. die Bands Kent, bob hund<sup>102</sup>, Bo Kaspers Orkester oder die Sängerinnen Lisa Ekdahl, Lisa Nilsson oder die Sänger Niklas Strömstedt und Staffan Hellstrand hervorzuheben. Diese Liste könnte beliebig fortgesetzt werden. Es gab auch eine große Anzahl an „folk rock groups“ (vgl. Hansson 1998, S. 81f.) Die Band bob hund ist hier noch einmal aufzugreifen. Wie gesagt, singt die Band auf Schwedisch. Allerdings hat sie ein Alter Ego, Bergman Rock, das englischsprachige Songs spielt, diese aber in Schweden und im Ausland herausbringt, während die schwedischsprachigen Songs nur in Schweden veröffentlicht werden (vgl. Gradvall 2004b, S. 13). Der Hip-Hop war in den 90er Jahren in Schweden sehr angesagt. Anfangs hatten die schwedischen Rapper meist ihre Vorbilder aus den USA nachgeahmt und auf Englisch gesungen, aber immer mehr rappten nun auch auf Schwedisch. Der einheimische Hip-Hop entwickelte einen eigenen schwedischen Charakter. „Most rappers don’t use standard Swedish but have hit on an inventive, suburban slang peppered with borrowed vocabulary from English and their parents’ original languages“ (Gradvall 2004b, S. 17). Die Band Latin Kings veröffentlichte 1994 eine der ersten schwedischsprachigen Hip-Hop-CDs *Välkommen till förorten*. „Hip-hop has become something of a new folk music for modern, multi-cultural Sweden“ (Gradvall 2004b, S. 17).

Es ist somit deutlich geworden, dass die schwedische Sprache von vielen Musikern aus unterschiedlichen Genres weiterhin für ihre Songs verwendet wird,

---

<sup>102</sup> „One of Sweden’s most obstinately original groups with an electric, resolute music and surrealistic lyrics in the Skåne dialect from southern Sweden“ (Hansson 1998, S. 82).

diese aber nur auf den schwedischen Markt ausgerichtet waren. Musiker wie Dr. Alban, Army of Lovers usw. singen alle auf Englisch und haben das Ziel, international erfolgreich zu sein. Wenn man also international erfolgreich sein wollte, musste man auf Englisch singen. Es wurde in den 90ern und somit im Zeitalter von Music Television (MTV) von jüngeren schwedischen Musikern als selbstverständlich angenommen, dass man eine internationale Karriere erreichen kann. Viele dieser Musiker hatten anfangs einen Vertrag bei schwedischen Labels, durch die zahlreichen Firmenübernahmen der transnationalen Musiklabels bekamen viele einen Vertrag bei den Majorlabels. Diese sind aber nicht abgeneigt auch Musik von auf Schwedisch singenden Musikern herauszubringen. BMG hatte z. B. 1990 das sich in Schweden am besten verkaufende Album mit Tomas Ledin. Sony/CBS hatte Magnus Uggla unter Vertrag, dieser Popmusiker sang nur auf Schwedisch (vgl. Burnett 1992, S. 149). Hier zeigt sich also eine unterschiedliche Intention. Musiker, die auf Schwedisch singen, haben nicht das Ziel, im Ausland erfolgreich zu werden, auf Englisch singende Musiker hingegen oft schon. Schwedischsprachige Musik konnte in Schweden große Erfolge erzielen und verkaufte sich dort gut, erreichte aber keine Erfolge im Ausland, was aber auch nicht die Intention war.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die 90er ein sehr wichtiges Jahrzehnt sind, wenn man sich mit dem schwedischen Musikexport befasst. In diesem Jahrzehnt gab es bisher die meisten Musikexporterfolge<sup>103</sup> und dies in allen Musikgenres, die in den 90ern die internationale Musikszene beherrschten. Die Schweden spielten in der oberen Liga der internationalen Musikbranche mit, dominierten teilweise die internationalen Charts und erregten somit im Ausland große Aufmerksamkeit mit ihren Musikexporterfolgen. Passend dazu ist das am Anfang des Kapitels stehende Songtextzitat.

### **3.1.5.1 Ace of Base**

Ace of Base – bestehend aus den drei Geschwistern Malin, Jenny und Jonas Berggren sowie Ulf Ekberg – ist eine vierköpfige Band aus Göteborg, die 1990 gegründet wurde. Sie bekam in Schweden keinen Schallplattenvertrag, aber das

---

<sup>103</sup> 141 Namen von Gruppen und Solokünstlern, die auf dem schwedischen und internationalen Markt Erfolg haben, umfasst eine Liste aus dem Jahr 1999. In der ganzen Welt stehen schwedische Musiker und Gruppen in den Charts (vgl. Forss 1999, S. 3 und S. 51).



dänische Label Mega Records nahm sie schließlich unter Vertrag und veröffentlichte ihre erste Single *Wheel Of Fortune*, die den ersten Platz in den norwegischen und dänischen Charts erreichte. Doch den großen Durchbruch erlangte Ace of Base durch ihre zweite Single *All That She Wants* (1992), die „[...] eine überaus fröhliche Mitsing-Melodie“ (Behrens 1994, S. 6f) besitzt. Ihr Debütalbum *Happy Nation* (1992) wurde das bestverkaufte Debütalbum der Welt und es wurden über 22 Millionen<sup>104</sup> Exemplare verkauft (vgl. Hansson 1998, S. 72). Das Album ist vielseitig und enthält neben Reggae-Rhythmen und Popmelodien auch Dance-Tracks (vgl. Behrens 1994, S. 21). 1993 und 1994 veröffentlichte Ace of Base die Singles *All That She Wants* und *The Sign*, die weltweit in den Charts standen. In England erreichte *All That She Wants* die Nummer 1 und in den USA Platz 2. Der Song *The Sign* war noch erfolgreicher und wurde 19 Millionen Mal verkauft, so dass die Single zur drittmeist verkauften Single wurde und auch in den USA den ersten Platz der Charts erreichte (vgl. Gradvall 2004b, S. 31). Der Song *The Sign* wurde von einem der Mitglieder von Ace of Base, Jonas Berggren, zusammen mit Denniz Pop, dem Gründer der Cheiron Studios, produziert. Denniz Pop war zusammen mit Max Martin dafür verantwortlich, dass eine „hit factory“ in Stockholm kreiert wurde, die mit dem Motown Emperium in Detroit vergleichbar ist. Somit wird *The Sign* auch oftmals als Sprungbrett für die moderne Welle schwedischer Songwriter und Produzenten bezeichnet. Nach diesem Erfolg mit *The Sign* produzierten Max Martin und Denniz Pop viele weitere weltweite Hits für amerikanische und britische Musiker<sup>105</sup> (vgl. Gradvall 2004b, S. 31). Auch bei Ace of Base findet man, genau wie bei Roxette, Parallelen zu ABBA. Die Bandstruktur ist ähnlich: „Ace of Base had exactly the same line-up: two men in the background and two female singers up front, a blonde and a brunette“ (Gradvall 2004b, S. 31). Die beiden Männer schreiben die Songs und die Frauen sind für den Gesang zuständig und geben mit ihren Stimmen den Songs ihren unverwechselbaren Charakter. Eingängige Melodien sind auch für Ace of Base kennzeichnend (vgl. Behrens 1994, S. 17). In den USA wurde die Band z. B. auch als „ABBA 2000“ bezeichnet (vgl. Behrens 1994, S. 25). Der Einfluss ABBAs macht sich also auch in den 90ern bemerkbar und an Ace of Base lässt sich erkennen, dass

---

<sup>104</sup> Dem Schwedischen Institut zufolge wurden sogar 23 Millionen Exemplare verkauft (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 2).

<sup>105</sup> Genauer wird hierauf in Kapitel 4.1.2 eingegangen.



der weltweite Erfolg schwedischer Bands keine Seltenheit mehr ist und auch gute Songwriter und Produzenten zum Musikexporterfolg beitragen.

### 3.1.5.2 Dr. Alban

Alban Nwapa wurde unter dem Künstlernamen Dr. Alban international bekannt. Während seines Zahnmedizinstudiums begann er als Disc Jockey (DJ) zu arbeiten, auch als er schon seine eigene Zahnarztpraxis hatte, jobbte er nebenbei als DJ. 1990 traf er dann Denniz Pop und nahm sein erstes Album *Hello Africa* auf, das eine Liebeserklärung an seine Heimat Afrika ist. Auch Leila K arbeitete auf dem Album mit ihm zusammen. Das Album wurde ein großer Verkaufserfolg und ein Jahr später folgte sein zweites Album *One Love*, das sich über 1,7 Millionen Mal verkaufte. Auf diesem Album war der Song *It's My Life* zu finden, der als Single herausgebracht wurde und sich 1,6 Millionen Mal verkaufte. Der Song wurde auch als Hintergrundmusik eines Tampax-Werbspots verwendet und landete in den deutschen, niederländischen und israelischen Charts auf dem ersten Platz, sowie auf Platz 2 in Großbritannien. Es folgten daraufhin die Alben *Look Who's Talking* und *Born In Africa*. Weltweit hat Dr. Alban über sechs Millionen Singles (1994) und fünf Millionen Alben (1994) verkauft. In Schweden wurde seine Single *No Coke* für eine Anti-Drogen-Kampagne verwendet. Dr. Alban hat außerdem seine eigene Schallplattenfirma Dr Records gegründet. Er veröffentlichte als nächstes das Album *Prescription*, welches diesmal kein Euro-Dance-Album war. 2007 gab er das Album *Back to basics* heraus, welches nur im Internet auf der offiziellen Website verkauft wurde. Nur in Russland wurden Kassetten und CDs verkauft. 2008 gab er zusammen mit Haddaway die Single *I love the 90's* heraus (vgl. Alban Official 2013). Dr. Alban ist ein Beispiel für einen europaweit erfolgreichen Dance-Musiker. In dem Genre der Dance-Musik spielten die Schweden in den 90ern eine große Rolle und es wurden viele schwedische Alben und Singles verkauft. Dr. Albans Gründung einer eigenen Schallplattenfirma zeigt, dass viele schwedische Musiker nun selbst ihr Glück in die Hand nahmen und ihr erworbenes Wissen dafür einsetzten, ohne die Majorlabels erfolgreich zu werden. Kritisch zu hinterfragen ist allerdings, ob man Dr. Alban uneingeschränkt als schwedischen Künstler bezeichnen kann, da er in Nigeria aufgewachsen ist und sein erstes Album *Hello Africa* afrikanische Anleihen bezogen auf den Gesang und die Rhythmik hat. Da er aber neben dem nigerianischen Pass auch den

schwedischen besitzt und mit seiner Familie in Stockholm lebt (vgl. Wöhrle 2007), ist Dr. Alban dem schwedischen Musikexport zuzurechnen.

### 3.1.5.3 The Cardigans

Im Oktober 1992 wurde The Cardigans – bestehend aus der Sängerin Nina Persson, Peter Svensson, Bengt Lagerberg, Magnus Sveningsson und Lasse Johansson – in Jönköping gegründet, kurz nach der Gründung zogen die fünf Bandmitglieder nach Malmö, wo sie versuchten, einen Schallplattenvertrag zu bekommen. 1994 erschien ihre erste Single *Rise & Shine* bei einem lokalen Independentlabel, schnell unterschrieb die Band aber danach bei Stockholm Records einen Schallplattenvertrag und veröffentlichte dort ihr Debütalbum *Emmerdale*, mit dem sie in Schweden große Aufmerksamkeit erlangte, da das Album vom damals führenden Musikmagazin Slitz zur Schallplatte des Jahres gekürt wurde. Ihren ersten internationalen Chart-Erfolg hatte die Band mit ihrem zweiten Album *Life* (1995), auf dem die Hitsingles *Carnival* und das neu-aufgenommene *Rise & Shine* enthalten waren (vgl. <http://www.cardigans.com/?sid=default&bfs=1>). Mit *Carnival* hatte sie 1995 einen sehr großen Hit in Japan (vgl. Hansson 1998, S. 76). „[...] [T]he group was perhaps Japan’s most popular for a couple of years in the mid-Nineties“ (Gradvall 2004b, S. 33). 1996 erschien dann ihr drittes Album *First Band On The Moon*, welches insgesamt 2,5 Millionen Mal weltweit verkauft wurde und auf dem auch die Single *Lovefool* enthalten war (vgl. <http://www.cardigans.com/?sid=default&bfs=1>). Als die Single *Lovefool* 1997 auf dem Soundtrack für den international sehr erfolgreichen Film *Romeo & Julia* zu finden war, wurde The Cardigans zu internationalen Stars und erreichte den zweiten Platz in den britischen Charts und Platz 1 in den britischen und amerikanischen Airplaycharts (vgl. <http://www.cardigans.com/?sid=default&bfs=1>). The Cardigans eroberte neben The Wannadies Großbritannien und The Cardigans erregte auch in den USA Aufmerksamkeit. „Both groups have added fuel to the Swedish pop wonder, which the media in both America and Britain are beginning to write about more and more“ (Hansson 1998, S. 77). The Cardigans ging ein Jahr lang auf Welttournee und gab währenddessen unzählige Interviews und trat in der David Letterman Show auf und hatte einen Gastauftritt in der Serie *Beverly Hills 90210*. 1998 veröffentlichte sie das Album *Gran Turismo*, welches über 2,5 Millionen Mal verkauft wurde und auf dem die Single *My Favourite Game* enthalten war,

die ein großer Hit wurde. Das Video dazu wurde von dem schwedischen Videoregisseur Jonas Åkerlund gedreht. Auch die zweite aus dem Album ausgekoppelte Single *Erase/Rewind* wurde ein weltweiter Hit, nachdem sie im Januar 1999 herausgegeben wurde. Danach nahm die Band sich eine Auszeit, die 2003 mit der Herausgabe des Albums *Long Gone Before Daylight* endete. Aus diesem Album wurden die Singles *You're The Storm* und *For What It's Worth* ausgekoppelt. The Cardigans ging 2003 auf Tour durch Nordamerika und Europa (vgl. <http://www.cardigans.com/?sid=default&bfs=1>). Im Oktober 2005 erschien das Album *Super Extra Gravity*, das zwar etwas rockiger als das Vorgängeralbum, aber dennoch melancholisch und harmoniefreudig ist (vgl. <http://www.laut.de/The-Cardigans>). „The Cardigans are beginning to look like Sweden's world-wide pop group success No. 5, after ABBA, Europe, Roxette and Ace of Base“ (Hansson 1998, S. 78). Die Band wird in der Presse gerne als ABBA-Nachfolger betitelt, auch The Cardigans macht eingängige Popsongs (vgl. <http://www.laut.de/The-Cardigans>). Immer wieder wird auf ABBA angespielt, wenn es um die Erfolge schwedischer Musiker im Ausland geht. The Cardigans ist ein Beispiel für eine schwedische Indiepopgruppe – wie schon erwähnt, ist das Indiepopgenre in den 90er Jahren sehr angesagt – die weltweite Erfolge feiert. An dem Beispiel von The Cardigans wird deutlich, dass Japan sehr interessiert an schwedischen Bands und Musikern war und es dort für viele schwedische Musiker möglich war und ist, erfolgreich zu sein.

### 3.1.6 Seit 2000

„Yeah I've done it before,  
And I can do it some more,  
So what you waiting for?!  
Yeah!  
I was right all along!“

The Hives *Tick Tick Boom* (2007)

Im 21. Jahrhundert setzt sich der Erfolg schwedischer Musik im Ausland weiter fort. Beispielhaft werden im Folgenden einige schwedische Bands bzw. Solosänger genannt, die im Ausland erfolgreich sind. Millencolin ist einer der erfolgreichsten schwedischen Punkrockbands im Ausland, besonders in den USA und Australien, wo sie auch Gold bekommen hat. Weltweit hat Millencolin

über zwei Millionen Schallplatten verkauft (vgl. Gradvall 2004b, S. 4). Eine weitere erfolgreiche Rockband ist Sahara Hotnights, die aus vier Frauen besteht. Sie hat auf bekannten Festivals in England gespielt und war die Vorband der Band The Hives – auf welche im folgenden Kapitel noch näher eingegangen wird – auf deren US-Tournee. Sahara Hotnights ist eine Band, deren Bandmitglieder schon seit ihrer Jugend zusammen musizieren und nicht gecastet wurden (vgl. Gradvall 2004b, S. 6). Die schwedische Popsängerin Agnes Carlsson entstammt der Castingshow *Idol*, die sie gewann. Mit dem Song *Release Me* hatte sie ihren internationalen Durchbruch. Aktuell macht besonders die schwedische Popsängerin Lykke Li weltweit auf sich aufmerksam, die mit ihrem Song *I Follow Rivers* 2012 die internationalen Charts stürmte. Die schwedische Band NoNoNo wird von der deutschen Presse als schwedisches Pop-Phänomen betitelt (vgl. Focus Online 2013). Mit ihrem Song *Pumpin' Blood* erobert die Band zurzeit die internationalen Charts. Neben der Pop- und Rockmusik sind auch schwedische DJs<sup>106</sup> derzeit im Ausland sehr angesagt. Die schwedische Clubszene ist sehr groß, dort wird vorwiegend House und Techno gespielt. Einige der DJs dieser Clubszene setzten sich auch international durch. 2004 wurde z. B. der DJ Eric Prydz mit seinem Song *Call On Me* europaweit bekannt und erreichte in den UK-Charts sogar den ersten Platz (vgl. Gradvall 2004b, S. 17). Aktuell, in den Jahren 2012 und 2013, feiern die DJs Avicii und Axwell weltweite Erfolge. Sveriges Radio berichtete in diesem Zusammenhang über das „svenska DJ-undret“ (vgl. Sveriges Radio 2012). Avicii, 1989 geboren, hat 2013 den Hit *Wake Me Up* herausgebracht, der in den USA Platz 4 der Charts erreichte und sich dort über eine Million Mal verkaufte (vgl. Billboard Avicii). In den meisten europäischen Ländern erreichte der Song Platz 1 der Charts, u. a. auch in Großbritannien (vgl. Fahrenbach 2013). Auch die Swedish House Mafia zählt zu diesem Phänomen und ist international bekannt. Ausländische Medien berichten über schwedische Musiker und dies meist positiv. *The Soundtrack of Our Lives*<sup>107</sup> aus Göteborg hat einen großen Eindruck auf britische Journalisten gemacht. *The Guardian* schrieb z. B.: „They may look like monsters from *The Lord Of The Rings*, but are almost certainly

---

<sup>106</sup> Es gibt unterschiedliche Definitionen, was unter einem DJ verstanden wird. Im Folgenden wird unter einem DJ hauptsächlich ein Musiker verstanden, der nicht nur Tonträger vor einem Publikum abspielt, sondern „[...] plays, scratches, remixes and samples discs as part of the creation of new live or recorded musical works [...]“ (Garner 2003, S. 187).

<sup>107</sup> Björn Olsson gehörte bis 1997 zur Band und wurde später Produzent von Mando Diao (vgl. Jahnke 2010, S. 50).

one of the planet's most joyful rock'n'roll bands“ (Gradvall 2004b, S. 20). The Soundtrack of Our Lives erregte also nicht nur mit ihrer Musik, sondern auch durch ihr Aussehen Aufmerksamkeit. Auch die deutsche Ausgabe des *Rolling Stone* und auch die amerikanische berichten immer wieder über schwedische Künstler, z. B. über First Aid Kit, welche aus den beiden Schwestern Klara und Johanna Söderberg aus Stockholm besteht, die 2008 im Alter von 14 und 16 Jahren ihr erstes Album veröffentlichten, nachdem sie auf YouTube mit einem Fleet-Foxes-Cover einen Hit landeten. Sie nahmen mit Jack White zwei Songs für dessen Third Man Records Blue Series auf und ihr zweites Studioalbum *The Lion's Roar* wurde von Mike Mogus von den Bright Eyes produziert (vgl. Krause-Blouin 2012, S. 23). Auch beim Eurovision Song Contest, welcher jedes Jahr weltweite Aufmerksamkeit erlangt, konnte Schweden 2011 den dritten und 2012 sogar mit Loreens Song *Euphoria* den ersten Platz erreichen, so dass Schweden 2013 Ausrichter des Eurovision Song Contests war und alle Augen auf Schweden gerichtet waren. Dies gibt Schweden die Chance, sich als Musikland zu präsentieren. Es gibt heutzutage hunderte im Ausland erfolgreiche Bands und Musiker, darunter fallen neben den gerade genannten z. B. Mando Diao<sup>108</sup>, Johnossi, The Ark<sup>109</sup>, Alcazar, The Hives, The Hellacopters<sup>110</sup>, Moneymoney, Sugarplum Fairy<sup>111</sup>, Peter Bjorn and John, The (International) Noise Conspiracy<sup>112</sup>, The Knive, Viktor & The Blood<sup>113</sup>, Friska Viljor u. v. m. Auffallend ist, dass viele schwedische Bands das englische *The* im Bandnamen

---

<sup>108</sup> Mando Diao hat über 1000 Konzerte in mehr als 30 Ländern gespielt (VERTIGO/Universal Domestic 2012, S. 3).

<sup>109</sup> „[...] The Ark – a quintet from the southern province of Skåne – do all they can to resemble androgynous beings from space. Their music is updated Seventies rock which manages to skirt nostalgia while combining the bombast of Queen with the impudence of Cockney Rebel“ (Gradvall 2004b, S. 26).

<sup>110</sup> „The Stockholm-based Hellacopters have toured extensively in Europe, Japan, Australia and the US. The music is high-energy rock'n'roll influenced by Seventies bands from Detroit and New York and has featured in the soundtrack for the TV show 'Buffy the Vampire Slayer'. The Hellacopters are led by Nicke Andersson, formerly of Entombed“ (Gradvall 2004b, S. 38).

<sup>111</sup> Carl und Victor Norén sind die Gründer der Band Sugarplum Fairy. Dies sind die Brüder von Gustaf Norén, der Mitglied in der Band Mando Diao ist. „Wie Mando Diao fühlen sie sich von den Beatles, den Stones und von Oasis beeinflusst und verlegten sich auf Garagenrock mit griffigen, an die Sixties erinnernden Melodien“ (Jahnke 2010, S. 144).

<sup>112</sup> Die Band spielt „[...] soul-tainted garage rock with lyrics peppered with references from Marx to Foucault“ (Gradvall 2004b, S. 7). Somit sind in ihren Songs oft politische Botschaften enthalten.

<sup>113</sup> Die Band besteht aus Viktor Norén, Jonas Karlsson und Samuel Giers, also zwei Mitgliedern der Band Sugarplum Fairy und dem ehemaligen Schlagzeuger der Band Mando Diao.



tragen, so wie man es von vielen britischen Bands kennt, z. B. von The Who, The Rolling Stones oder The Kinks. Aufgrund des Namens kann man also meistens nicht erkennen, dass es sich hier um schwedische Bands handelt. Der Erfolg der schwedischen Musiker scheint also auch heutzutage nicht abzunehmen, sondern eher noch zuzunehmen. Es gibt einige Beispiele, die den derzeitigen Erfolg schwedischer Musiker belegen. Miss Li<sup>114</sup>, einer jungen schwedischen Sängerin, die in ihren Songs die Musikstile Jazz, Blues und Country mischt und 2006 und 2007 insgesamt drei Alben veröffentlicht hat, gelang es, einen ihrer Songs in der US-amerikanischen TV-Serie *Grey's Anatomy* unterzubringen (vgl. MDR Sputnik 2008d, 1min36s-1min46s). Auf dem Album *Shock Value* des US-amerikanischen Produzenten, Sängers und Songwriters Timbaland ist ein Song von den Hives, *Throw it on me*, zu finden. Dort hat Timbaland ebenso Songs in Zusammenarbeit mit internationalen Stars wie Elton John oder Justin Timberlake veröffentlicht. In England scheint sich das Phänomen der Schwedenwelle, das in den 90er Jahren in Japan stattgefunden hat, zu wiederholen. Die Musik ist nun im Rockbereich etwas härter. Die Musikläden in der Londoner Oxford Street promoteten im Frühling 2002 „The new Swedish rock wave“ (vgl. Gradvall 2004b, S. 33). Die schwedische Band Icona Pop<sup>115</sup> erreichte im Juli 2013 Platz 1 der britischen und Platz 7 der US-Charts und ist somit seit ABBA im Jahr 1974 die 19. schwedische Band, die die Spitze der britischen Charts erreichte (vgl. Bridgewater 2013). Die neuen Musiker sind sehr jung und wurden nach dem Durchbruch ABBA geboren. Sie lassen sich meist dem sich Anfang des 21. Jahrhunderts neu herausgebildeten Musikstil Indierock zuordnen, aber auch andere Genres sind vertreten. Viele dieser Rockbands sind im 21. Jahrhundert im Ausland sehr erfolgreich, jedoch kommt es immer mehr auch zu Erfolgen schwedischer Musiker anderer Genres. Die meisten schwedischen Musiker, die im Ausland erfolgreich sind, feiern natürlich auch in ihrem Heimatland Erfolge. Die Gruppe Kent zeigt, dass man im Ausland mit englischsprachigen Songs erfolgreich sein kann und in Schweden mit schwedischsprachigen Songs. Kent gewann 2008 den Grammis, Schwedens wichtigsten Musikpreis, für das beste Album des Jahres, welches nur schwedischsprachige Songs enthält (vgl. Grammis 2008). Ihren Durchbruch im Ausland erlangte die Band allerdings mit englischsprachigen Songs. Die Schweden

---

<sup>114</sup> Hinter dem Pseudonym Miss Li verbirgt sich die Schwedin Linda Carlsson, die 2012 vier Songs des Albums *Stardust* der deutschen Sängerin und Gewinnerin des Eurovision Songcontests 2010 Lena Meyer-Landrut mitverfasste (vgl. Visit Sweden).

<sup>115</sup> Ihr Song *I Love It* wurde für einen Coca-Cola-Werbespot verwendet.



scheinen also die schwedischsprachigen den englischsprachigen Songs vorzuziehen. Die Band Kent gehört aber eher zu den Minderheiten, meist entscheiden sich die Musiker, entweder nur auf Schwedisch zu singen oder nur auf Englisch. So war es auf jeden Fall in den vorherigen Jahrzehnten der Fall. Jedoch ist im 21. Jahrhundert zu beobachten, dass durchaus Musiker zu finden sind, die in beiden Sprachen singen. Neben Kent sind hier Mando Diao oder Basshunter zu nennen. Basshunter ist eines der seltenen Beispiele für einen Künstler, der mit schwedischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich wurde. Mit *Boten Anna* gelangte er bis in die Top Ten der deutschen Charts (vgl. Phononet Basshunter). „This is the first time ever, in Swedish music history, that a song in Swedish is getting so much attention internationally“ (Toazted 2011, 6min58-7min04). Jedoch ist er nun auch dazu übergegangen, Songs und Alben auf Englisch zu veröffentlichen, mit denen er besonders in den UK-Charts Erfolge feiert und dort sogar mit dem Song *Now You're Gone*<sup>116</sup> den ersten Platz erreichte (vgl. <http://www.chartstats.com/artistinfo.php?id=11556>). Auch seine englischsprachigen Alben erreichten in Großbritannien Topplatzierungen. Das Album *Now You're Gone – The Album* erreichte am 26.07.2008 Platz 1 der Albumcharts in Großbritannien (vgl. Official Charts Company). Es scheint somit in Großbritannien einfacher zu sein, mit englischsprachigen Songs erfolgreich zu werden. Mando Diao veröffentlichte im November 2012 sogar ein komplett schwedischsprachiges Album im Ausland, nachdem die Band mit ihren englischsprachigen Songs zu den erfolgreichsten schwedischen Musikexporteuren gehört. Es stellt sich die Frage, ob hier ein neuer Trend des aktuellen Jahrzehnts zu beobachten ist, dass Künstler zwischen den Sprachen wechseln und auch mit schwedischsprachigen Songs versuchen, im Ausland erfolgreich zu werden. Definitiv können die Songwriter nun aber frei zwischen den Sprachen wählen. Eine Band, die ausschließlich auf Schwedisch singt und mit diesen Songs sogar im Ausland tourt, ist die Band Movits!. Sie macht einen Mix aus Jazz und Hip-Hop. Die Genres sind nicht mehr fest mit einer Sprache verknüpft, so wie z. B. die Rockmusik in den 50er und 60er Jahren noch fest mit der englischen Sprache verknüpft war. In fast allen Fällen ist es aber der Fall, dass man sich mit der Sprachentscheidung entweder für den schwedischen oder den ausländischen Markt entscheidet. Wenn man auf Schwedisch singt, konzentriert man sich auf

---

<sup>116</sup> Hierbei handelt es sich um die englischsprachige Version seines Songs *Boten Anna*.

den schwedischen Markt und hat nicht die Intention, im Ausland erfolgreich zu werden. Hier gibt es nur die vorhin genannten Ausnahmen.

Besonders hervorzuheben ist, dass auch ABBA im 21. Jahrhundert noch große Erfolge feiert. Die Bandmitglieder treten zwar nicht mehr als Band auf, aber z. B. das ABBA-Musical *Mamma Mia* erfreut sich weltweit großer Beliebtheit und es entstand 2008 sogar eine Kinoversion (vgl. Sander 2008). 1999 wurde die Band A-Teens gegründet, die hauptsächlich ABBA Songs coverte. Die Band bestand aus vier Teenagern, zwei jungen Männern und zwei jungen Frauen, von denen eine blond und eine brünett war (vgl. Gradvall 2004b, S. 33). „Die Teenie-Reinkarnation von ABBA war hinsichtlich des Repertoires, des Gruppennamens, der Gruppenbesetzung inkl. der Auswahl einer blonden und einer brünetten Sängerin auf das Vorbild abgestimmt“ (Pendzich 2004, S. 238). Die Band A-Teens wurde international erfolgreich (vgl. Gradvall 2004b, S. 33). Der Erfolg von ABBA scheint keinen Abbruch zu finden.

ExMS zufolge gibt es nicht mehr die „Megastars“ in Schweden, wie z. B. ABBA, sondern sehr viele Musiker, die dann eher geringere Umsätze nach Schweden bringen (vgl. Strömberg 2011). Dies zeigt, was den schwedischen Musikexport heutzutage ausmacht. Es gibt sehr viele Bands und Musiker, die im Ausland CDs verkaufen und Konzerte geben. Die schwedischen Charts werden von einheimischen Künstlern beherrscht. Im Jahr 2012 stammten acht von zehn der meistverkauften Alben des Jahres von schwedischen Musikern (vgl. IFPI 2013a, S. 13). Schweden besitzt also einen lebendigen Heimatmarkt und viele dieser Musiker versuchen, im Ausland erfolgreich zu werden. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich der Musikexporterfolg schwedischer Musiker weiter fortgesetzt hat und dieser Erfolg auch kein Ende zu nehmen scheint. Es sind Musiker in fast allen Genres zu finden, die im Ausland Erfolge feiern. Weiterhin handelt es sich aber so gut wie immer um englischsprachige Songs, die im Ausland Erfolge feiern. Durch die früheren Musikexporterfolge inspiriert und motiviert, ist es für die schwedischen Musiker selbstverständlich geworden, ihr Glück auch im Ausland zu versuchen. Warum sollte der Erfolg im Ausland nicht gelingen, wenn er sich doch schon bei vielen anderen schwedischen Bands eingestellt hat? Das eingangs des Kapitels stehende Songtextzitat verdeutlicht dies.

### 3.1.6.1 Robyn

Robin Miriam Carlsson wurde 1979 in Stockholm geboren und nahm schon mit zwölf Jahren den Titelsong für die Sportsendung *Lilla Sportspeglar* auf. Ihre Karriere begann 1995, als Robyn von der Sängerin Meja entdeckt wurde, als sie einen Schulworkshop leitete. Robyn unterschrieb daraufhin einen Vertrag bei RCA Records, einem Tochterlabel von BMG und brach die Schule ab. Ihre ersten Singles *You've Got That Somethin'* und *Do You Really Want Me (Show Respect)* wurden mithilfe von Max Martin, der zu der Zeit noch recht unbekannt war, später aber Hits für die amerikanischen Superstars Britney Spears und die Backstreet Boys produzierte, sowie Denniz Pop aufgenommen. Mit der Single *Do You Really Want Me (Show Respect)*, die 1995 erschien und auf dem Debütalbum *Robyn Is Here* zu finden ist, schaffte sie den Durchbruch in Schweden. Zwei Jahre später eroberte Robyn mit den Singles *Do You Know (What It Takes)* und *Show Me Love* den US-Markt, die beide in die Top Ten der Billboardcharts gelangten. Das Debütalbum wurde wiederveröffentlicht und verkaufte sich in den USA ca. 1,5 Millionen Mal. Die mit den Backstreet Boys geplante US-Tournee musste abgesagt werden, da Robyn in schlechter körperlicher Verfassung war. Danach folgte ein Karriereknick. Ihr zweites Album *My Truth* erschien nicht mehr in den USA und ihr drittes Album *Don't Stop The Music* wurde noch nicht mal mehr europaweit, sondern nur in England und Schweden veröffentlicht. Daraufhin war Robyn als UNICEF-Botschafterin tätig und reiste in Länder der Dritten Welt. Bald darauf wollte sie sich aber wieder in die Musikszene einbringen und kaufte sich 2005 aus den Verträgen frei, da sie mit der schwedischen Band The Knife zusammengearbeitet hatte und aus dieser Zusammenarbeit der Song *Who's That Girl* entstanden war, der ihre Schallplattenfirma aber nicht begeisterte. Sie gründete daraufhin ihr eigenes Label: Konichiwa Records. Mit ihrem vierten Album *Robyn* erreichte sie Platz 1 der schwedischen Charts. Bei den Aufnahmen halfen ihr Klas Åhlung (Teddybears STHLM) und Alexander Kronlund (ein Kollege von Max Martin) (vgl. <http://www.laut.de/Robyn>). Mit ihrer Comebacksingle *With Every Heartbeat* erreichte sie Platz 1 der UK-Charts, sie arbeitete außerdem mit dem schwedischen Videoregisseur Johan Renck zusammen, der u. a. Musikvideos für Madonna oder Kylie Minogue gedreht hat (vgl. Harries 2008). Sie gewann mehrere Grammis und ein europaweiter Release des um einige Songs erweiterten Albums wurde sehr erfolgreich. Robyn richtete sich, seit sie ihr eigenes Label ge-

gründet hatte, künstlerisch neu aus und integrierte nun zeitgemäße Elemente aus Elektro und Hip-Hop in ihre Songs. Ungewöhnlich und neu für die Musikbranche war, dass sie 2010 drei kurze Minialben veröffentlichte und das Albumformat für nicht mehr zeitgemäß erklärte (vgl. <http://www.laut.de/Robyn>). Wenn man die Biografie der Musikerin Robyn betrachtet, ist auffällig, dass sie sozusagen zwei Karrieren als Popmusikerin hat bzw. hatte. Sie wurde als Jugendliche entdeckt, wurde mit Unterstützung eines Majorlabels zu einem internationalen Popstar und hatte denselben Produzenten wie Britney Spears. Robyn wurde also sozusagen als Künstlerin kreiert und ihre Songs, mit denen sie den Durchbruch schaffte, waren typische Popsongs und für den internationalen Musikmarkt konzipiert worden. Nur durch einen leichten Akzent in ihrer Stimme und ihren auffallenden asymmetrischen Haarschnitt sowie den weißblonden Haaren unterschied sie sich von anderen ausländischen Musikerinnen. Sie war ein perfekt produzierter Star. Ihre zweite Karriere begann, als sie ihr eigenes Label Konichiwa Records gründete. Nun war sie ihr eigener Herr und stand nicht mehr unter der Regie eines Majorlabels. Robyn zeigt, dass man auch ohne ein Majorlabel großen Erfolg haben kann, wobei sie natürlich durch ihre jahrelange Erfahrung im Musikbusiness schon viele Kontakte und viel Vorwissen besaß, so dass die Gründung eines eigenen Labels einfacher wurde. Auch hatte sie schon eine Fanbase durch ihre vorherigen Erfolge aufgebaut. „It’s a small country and a small industry so everyone helps each other out“ (Waterson 2010). Robyn hebt hier hervor, dass es in Schweden schon allein durch die Größe der Musikindustrie zwischen allen Mitgliedern der Musikindustrie ein gutes Netzwerk gibt. Durch die Gründung ihres eigenen Labels hatte sie die Freiheit, einen eigenen musikalischen Paradigmenwechsel durchzuführen. Ihre Musik ist immer noch internationale Popmusik, aber sie nimmt sich nun z. B. die Freiheit heraus, auf ihrem aktuellen Album *Body Talk Pt. 1* die schwedische Volksweise *Jag vet en dejlig rosa* zu veröffentlichen (vgl. Manthe). Sie macht somit internationalen Hörern schwedische Volksmusik zugänglich. Auch in ihren anderen Songs kann man eine gewisse Andersartigkeit und schwedische Merkmale wahrnehmen. Ihre Songs „[...] are a touch too weird for American hit radio. Robyn sings and raps about standard diva themes (dance-floor ecstasy, self-reliance), but the music is deliciously wacked-out“ (Rosen 2010).

### 3.1.6.2 Kent

Kent ist eine fünfköpfige Rockband<sup>117</sup> aus Eskilstuna, die von der Indiekultur beeinflusst ist: „[...] heavy but sensitive, with poetic lyrics by the charismatic singer Joakim Berg“ (Hansson 1998, S. 82). Die Band besteht seit 1990, aber erst 1993 nannte sie sich in Kent um. Vorher hieß die Band Jones & Giftet oder Havsänglar (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). Der Sänger der Band, Joakim Berg, ist für die Texte verantwortlich. 1995 kam ihr erstes Album *Kent* heraus, nachdem die Band vorher mit einfachsten Mitteln ihre Demo-CD aufgenommen hatte, die das Majorlabel BMG überzeugte, so dass sie dort unter Vertrag genommen wurde. Ihre erste Single hieß *När det blåser på månen*, die Band singt also auf Schwedisch. Schon 1995 trat Kent vor 10.000 Menschen auf (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). Dem Album *Kent* folgten die Alben *Verkligen* (1996), welches mehrere Wochen auf Platz 1 der schwedischen Charts war, *Isola* (1997), welches Platin bekam, *Hagnesta Hill* (1999) und *Vapen & ammunition* (2002). Von den Alben *Hagnesta Hill* und *Isola* hat Kent auch Versionen mit englischsprachigen Texten herausgebracht (vgl. Lilliestam 2003). 2005 kam das Album *Du & jag döden*, 2007 das Album *Tillbaka till samtiden* und 2011 das Album *Jag är inte rädd för mörkret* heraus (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). Sie sind nach Ansicht einiger Autoren sicherlich Schwedens wichtigste Rockband (vgl. Gradvall 2004b, S. 26; Lilliestam 2003) und die Band bezeichnet sich auf ihrer Homepage auch selbst als die erfolgreichste schwedische Rockband aller Zeiten (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). Mit ihren schwedischsprachigen Songs haben sie den skandinavischen Markt erobert (vgl. Gradvall 2004b, S. 26). Das Album *Isola* erreichte in den skandinavischen Ländern gute Chartplatzierungen und die Band ging 1998 auf eine dreimonatige Tournee durch Skandinavien, mit 50 ausverkauften Konzerten in Norwegen, Finnland, Dänemark und Schweden (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). Im übrigen Europa ist die Band mit den englischsprachigen Songs auf Tour gegangen, zum ersten Mal 1998, und hat sich einen guten Ruf als Liveband erarbeitet. Von den Alben *Hagnesta Hill* und *Isola* hat die Band auch Versionen mit englischsprachigen Texten herausgebracht (vgl. Lilliestam 2003). In Frankreich hatte Kent einen Hit mit *Hagnesta Hill* und der Song *If You Were Here* wurde von der amerikanischen Radiostation KROC oft gespielt (vgl. Gradvall

---

<sup>117</sup> Die gewöhnlichsten Bezeichnungen für Kents Musik in der Presse sind Britpop oder Indiepop (vgl. Lilliestam 2001, S. 17).

2004b, S. 26). Kent hat also nicht nur europaweite Erfolge, sondern auch in den USA tourte die Band zusammen mit den Cardigans (vgl. <http://www.kent.nu/biografi>). „Kent har lyckats med konststycket att framstå både som ett konstnärligt seriöst band med integritet samtidigt som man haft stora kommersiella framgångar. Gruppen varkar vara både ett 'indieband' och ett 'mainstreamband' samtidigt“ (Lilliestam 2003). Auffallend ist, dass die Bandmitglieder trotz ihres großen Erfolgs und vieler gewonnener Preise, wie z. B. etlichen Grammis und Rockbjörnar, in der Öffentlichkeit recht anonym leben. Sie geben kaum Interviews und auch die Klatschpresse schreibt nicht über sie. Nur im Zusammenhang mit ihrer Musik wird in den Medien über sie berichtet (vgl. Lilliestam 2003). Hier lässt sich etwas Typisches für schwedische Rockbands erkennen, sie fallen nicht durch Skandale auf. Bemerkenswert ist, dass der Sänger Berg zusammen mit Peter Svensson von den Cardigans Songs schreibt, so stammt z. B. der europaweite Hit *Come Along* von der schwedischen Sängerin Titiyo aus ihrer Feder (vgl. Gradvall 2004b, S. 26). Kent war also erst in Schweden erfolgreich und später dann auch im Ausland. Es gibt aber ebenso den umgekehrten Fall, dass Bands zuerst im Ausland Erfolge feiern, bevor sie in Schweden erfolgreich wurden. „The Concretes<sup>118</sup> are among the growing number of Swedish artists who achieve fame abroad before making it at home“ (Gradvall 2004b, S. 12). Kent ist also ein gutes Beispiel für eine schwedische Band, die in Schweden mit schwedischsprachigen Songs Starruhm erlangte. Jedoch gelang ihr das Kunststück, trotzdem im Ausland erfolgreich zu werden, obwohl Bands, die mit schwedischsprachigen Songs in Schweden erfolgreich sind, dies in der Regel nicht schaffen. Dieses Kunststück gelang ihnen nur, weil sie ihre schwedischsprachigen Songs auf Englisch im Ausland herausgegeben haben. Mit den schwedischsprachigen Songs hatte Kent, außer in Skandinavien, keinen Erfolg.

---

<sup>118</sup> Oktett aus Stockholm (vgl. Gradvall 2004b, S. 12).



### 3.1.6.3 The Hives

Die Band The Hives wurde 1993 in der schwedischen Stadt Fagersta<sup>119</sup> gegründet und besteht aus den fünf Bandmitgliedern Nicholas Arson, Vigilante Carlström, Chris Dangerous, Dr. Matt Destruction und dem Sänger Howlin' Pelle Almqvist. Außerdem gibt es ein ominöses sechstes Bandmitglied, Mr. Randy Fitzsimmons, welches die Hives als mysteriöser, im Hintergrund arbeitender Mentor begleitet (vgl. <http://www.laut.de/The-Hives>). Die Band behauptet, er schreibe ihre Songs. Hierbei handelt es sich wahrscheinlich um ein gemeinsames Pseudonym, da niemand diese Figur jemals gesehen hat (vgl. Gradvall 2004b, S. 4). Zu erkennen ist, dass es sich bei den Namen der Bandmitglieder um überwiegend englische klingende Fakenamen handelt, was, wie schon mehrmals erwähnt wurde, typisch für schwedische Bands ist.

Ihre erste EP *Oh Lord! When? How?* kam 1996 heraus, nachdem Mathias Färm, Mitglied bei Millencolin, auf die Band aufmerksam geworden war und ihr half, ihr Demo zu produzieren, welches er an das schwedische Indie-Label Burning Heart Records weiterleitete, wo dann die erste EP auf dem Sidelabel Sidekicks herausgegeben wurde. Das zweite komplette Album *Barely Legal* wurde aufgrund des Erfolgs der ersten EP 1997 auf dem Mutterlabel herausgebracht. Ihr zweites Album *Veni Vidi Vicious* veröffentlichte The Hives im Jahre 2000 und die Band tourte daraufhin mit den Labelkollegen The Hellacopters und The (International) Noise Conspiracy. Im Sommer 2004 wurde das Album *Tyrannosaurus Hives* beim Schallplattenlabel Polydor, das zum Majorlabel Universal gehört, herausgegeben und ihnen gelang der Durchbruch in den USA, wo die Band die nächsten drei Jahre tourte und an ihrem neuen Album *The Black And White Album* arbeitete, welches u. a. von den US-amerikanischen Produzenten und Musikern Timbaland und Pharrell Williams produziert und schließlich 2007 herausgebracht wurde. Erst 2012 wurde dann das Album *Lex Hives* herausgebracht, das diesmal nicht von einem Majorlabel, sondern von ihrer eigenen Schallplattenfirma veröffentlicht wurde (vgl. <http://www.laut.de/The-Hives>). „Self-produced, self-played, self-released, and

---

<sup>119</sup> Obwohl Fagersta eine Kleinstadt ist, in der es dem Bandmitglied Nicholas Arson zufolge noch nicht mal ein Kino gibt, heißt das nicht, dass es dort keine Rockmusik gibt. Neben Sport ist die Rockmusik die einzige außerschulische Aktivität für die Kinder und Jugendlichen in Fagersta. Viele britische und amerikanische Punkbands haben in Fagersta gespielt, z. B. Green Day, NOFX oder The Exploited. Da es sonst keine Aktivitäten gab, konzentrierten sich die Bandmitglieder auf das Üben ihrer Instrumente (vgl. Gradvall 2004b, S. 3f.)

self-promoted“ (<http://www.thehivesbroadcastingservice.com/band.php>). Musikalisch gesehen handelt es sich bei The Hives um eine Garage-Rock-Band, die auf der Bühne das Image einer Rockband verkörpert, aber hinter der Bühne für keinerlei Skandale sorgt (vgl. <http://www.laut.de/The-Hives>). Ihr Erfolgsrezept besteht aus einem einzigartigen Mix aus Charisma, Humor, Style, Attitüde, Angriffslust und Spaß an ihrer Musik. Die Bandmitglieder sind extrem extrovertiert. Kennzeichnend ist ihr Style: Die Bandmitglieder kleiden sich identisch, immer elegant und meist mit Anzug und Krawatte. So wirken sie wie eine Band aus den 60er Jahren. Ihre Musik orientiert sich auch an den 60er Jahren. The Hives war, bevor sie in den schwedischen Verkaufslisten aufgeführt wurde, in den englischen Charts erfolgreich. Alan McGee, Ex-Manager und Entdecker von Oasis, veröffentlichte im Herbst 2001 in England eine CD der Hives. Hierbei handelte es sich um eine Compilation der ersten zwei Alben mit dem Namen *Your New Favourite Band*, die in die englischen Charts einstieg (vgl. Gradvall 2004b, S. 4). Das Album bekam die diamantene Schallplatte und die Songs *Main Offender*, *Supply And Demand*, *Hate To Say I Told You So* und *Die, Alright!* wurden sehr erfolgreich (vgl. <http://www.thehivesbroadcastingservice.com/band.php>). Amerikanische und britische Rockkritiker sehen in den Hives eine der besten Livebands der Welt (vgl. Gradvall 2004b, S. 13) und sie zählt zu den wichtigsten schwedischen Bands (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 4). Herausgestellt werden konnte, dass The Hives eine international erfolgreiche Rockband ist, die als Beispiel für die vielen aktuell im Ausland erfolgreichen schwedischen Rockbands steht. Warum ist The Hives so erfolgreich? Wahrscheinlich ist es der Mix aus einer auffälligen, guten Bühnenshow, dem Styling der Bandmitglieder und einer qualitativ nicht von anderen erfolgreichen Rockbands zu unterscheidenden Musik.

### **3.1.7 Zusammenfassung**

Deutlich wurde, dass schwedische Musiker in den 50er und 60er Jahren so gut wie nur kopierten und nichts Eigenständiges mit schwedischem Profil entstand. Die meiste Zeit dominierte ausländische Musik, die ihren Ursprung oftmals in den USA oder Großbritannien hatte. Durch die in den 50ern aufgekommene Rockmusik begannen Jugendliche ihre Idole aus den USA nachzuahmen und selbst Musik zu machen. Auch die Beatmusik der 60er Jahre führte zu einer Zunahme des Amateurmusizierens. Deutlich geworden ist, dass es auch schon

vor ABBA Exporterfolge gab, z. B. durch die Spotnicks, Schweden somit früh anfang, sich international zu orientieren. Aber erst mit ABBA wurde die Dominanz und das bloße Nachahmen angloamerikanischer Musik geändert und ABBA beeinflusst bis heute schwedische Musiker. Sie lernten durch ABBA, dass man auch als aus Schweden stammender Musiker große Erfolge im Ausland haben kann und dies mit eigenen, innovativen Ideen und nicht durch das bloße Nachahmen amerikanischer oder britischer Künstler. Es kam zur Herausbildung von eigenen, schwedischen Musikbewegungen, die es im Ausland nicht gab, wie z. B. dem Progen. Dieses eigene schwedische Profil, welches in diesem Kapitel zur schwedischen Musikgeschichte nur angerissen wurde, scheint vorhanden zu sein und die schwedischen Bands international oftmals zu etwas Besonderem zu machen. Es „[...] haben sich [...] besondere schwedische Ausdrucksformen herausgebildet: in der politischen Musikbewegung und bei kreativen Musikern, Dichtern und Komponisten der verschiedenen Genres“ (Björnberg 1989, S. 165). Eine genaue Betrachtung dieses Images und schwedischen Profils findet in Kapitel 4.1.3.6 statt. Des Weiteren ist die Wahl der Sprache interessant. Wie in diesem Kapitel dargestellt wurde, änderte sich die Popularität der Muttersprache und des Englischen in den einzelnen Jahrzehnten. Jedoch war es in jedem Jahrzehnt der Fall, dass die Musiker sich auf den Heimatmarkt konzentrierten, wenn sie auf Schwedisch sangen. In Schweden gab es immer einen Markt für schwedischsprachige Musik und somit ein Interesse der schwedischen Bevölkerung an schwedischsprachigen Songs. Diese Songs waren aber so gut wie nie im Ausland erfolgreich. International feierten die schwedischen Musiker fast ausschließlich mit englischsprachigen Songs Erfolge. Genauer wird auf die Bedeutung der Sprache für den Musikexporterfolg in Kapitel 4.1.3.2 eingegangen.

Nachdem die Exporterfolge ab Mitte der 70er Jahre immer weiter zunahmen, ist es heutzutage selbstverständlich, dass schwedische Bands im Ausland Erfolg haben. Während sich der Exporterfolg anfangs noch auf einzelne, gerade in den jeweiligen Jahrzehnten bedeutende Musikstile beschränkte, erstrecken sich die Exporterfolge seit den 90er Jahren auf viele verschiedene Genres. Schwedische Songwriter und Produzenten arbeiten mit internationalen Stars zusammen und sind sehr erfolgreich. Jedoch reichte bisher keine Band an die Erfolge von ABBA heran. Schweden hat heutzutage in den meisten Genres, die der Populärmusik angehören, erfolgreiche Musikexporteure. Es wird als Tatsache hingenommen, dass schwedische Musiker im Ausland erfolgreich sind.

Dies verwundert aber immer wieder Musikhörer wie auch Musikexperten, die sich fragen, warum ein recht bevölkerungsarmes Land wie Schweden solch unglaublichen Erfolg im Ausland hat. Die Gründe für diesen Erfolg werden in Kapitel 4.1.3 näher erläutert. Dass die Schweden erst seit den 70er Jahren mit der technischen Entwicklung im Musikbereich mithalten konnten und es erst dann zu Musikexporterfolgen kam, wurde aber schon in diesem Kapitel beschrieben. Technische Versiertheit und eine gute Qualität der Songs sind meist wichtig für Exporterfolge. Dieses Kapitel über die schwedische Populärmusikgeschichte diente – auch ohne Statistiken zum Musikexport hinzuziehen zu müssen – hauptsächlich dazu, darzustellen, dass schwedische Musiker tatsächlich sehr erfolgreich im Ausland sind. Dies konnte allein durch die Darstellung der Musikgeschichte mit Fokus auf den Auslandserfolgen gezeigt werden. Auch die enorme Zunahme der Exporterfolge seit den 90er Jahren wurde deutlich. Mittlerweile besteht im Ausland ein Bedarf nach schwedischen Bands. Der Vergleich zur deutschen Musikgeschichte im nächsten Kapitel, verdeutlicht dies noch mehr.

## **3.2 Populärmusik in Deutschland**

Genau wie in Schweden kam die Rockmusik, wie im Folgenden dargestellt wird, in den 50er Jahren nach Deutschland. Aus diesem Grund beginnt die Darstellung der Musikgeschichte mit den 50er Jahren. Da es im Folgenden hauptsächlich um im Ausland erfolgreiche Musiker geht, stellt sich die Frage, ob es schon vor den 50er Jahren im Ausland erfolgreiche deutsche Musiker gab. Die gab es vereinzelt, z. B. wurde Lale Andersen mit dem Lied *Lilli Marleen* weltberühmt. Da es aber hauptsächlich um die Musikexporterfolge der Pop- und Rockmusiker geht, wird auf die Musikexporterfolge vor den 50er Jahren nicht weiter eingegangen. Um einen optimalen Vergleich zur Populärmusikgeschichte Schwedens zu gewährleisten, wird auch in diesem Kapitel die Einteilung der Musikgeschichte in einzelne Jahrzehnte übernommen. Es werden im Folgenden die für die deutsche Populärmusik – wobei sich die Darstellung bis 1990 auf die westdeutsche Populärmusik beschränkt – charakteristischen Musikgenres dargestellt, der Schwerpunkt liegt auf den im Ausland erfolgreichen Musikern. Die Darstellung jedes Jahrzehntes beinhaltet abschließend einen Vergleich zu Schweden. Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bzgl. der Musikgeschichte liegen in den jeweiligen Jahrzehnten vor?

### 3.2.1 50er Jahre

„Einen Susi Rock findet jeder nett  
Wenn Susi tanzt auf dem Tanzparkett  
Da bin auch ich mit dabei  
Komm Baby, bitte Baby, tanz mit mir, eins, zwei, drei  
Susi, Susi Rock  
Susi, Susi Rock  
Oh Baby, Susi, Susi Rock  
Susi, Susi Rock  
Oh Baby, Susi, Susi Rock ist wunderbar.“  
Peter Kraus *Susi Rock* (1957)

Die deutsche Musikszene in den 50er Jahren wurde vor allem von Sängern und Sängerinnen deutschsprachiger Songs beherrscht. Den amerikanischen Stars fiel es hingegen anfangs nicht leicht, mit ihren englischsprachigen Songs in Deutschland Erfolge zu feiern und Auszeichnungen zu erhalten. Somit wurde die deutsche Musikszene von Musikern wie dem Österreicher Freddy Quinn<sup>120</sup>, Caterina Valente, Will Glahé, dem Schweizer Vico Torriani und Ernst Mosch und nicht von Elvis Presley oder Little Richard beherrscht. Dies zeigen vor allem die Statistiken der Schallplattenfirmen. 1954 bekam der deutsche Schlagersänger René Carol die erste Goldene Schallplatte der Nachkriegszeit für das Lied *Rote Rosen, rote Lippen, roter Wein* für 500.000 verkaufte Singles bei der Deutschen Grammophon. Diese Schallplattenfirma gab auch die Alben und Singles von Buddy Holly und Bill Haley in Deutschland heraus. Bill Haley bekam erst 1957, zwei Jahre nachdem seine Schallplatte in Deutschland herausgebracht worden war, die Goldene Schallplatte. Auch im Jahr 1959 ging die Mehrzahl der Goldenen Schallplatten an deutschsprachige Interpreten wie z. B. an Gitta Lind für das Lied *Weißer Holunder* oder Caterina Valente für den Song *Tschau tschau Bambina*. Erst 1960 wurde die Goldene Schallplatte an Elvis Presley verliehen (vgl. Bloemeke 1996/1998, S. 4f.) Die deutschen Charts wurden von deutschen bzw. deutschsprachigen Künstlern dominiert, wobei sich die meisten in den deutschen Charts erfolgreichen Songs dem deutschen Schlager zuordnen ließen. 1956 fand sich unter den ersten zwanzig Plätzen der meistverkauften Tonträger in Deutschland nur ein einziger internationaler

---

<sup>120</sup> „Zwischen 1956 und 1966 gelangen dem Hamburger [...] zehn Nummer-1-Hits und machten ihn zum populärsten Schlagersänger dieser Jahre“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 15). Freddy Quinn stammt aus Österreich, lebte später aber längere Zeit in Hamburg, wo er auch entdeckt wurde.



Song, bei den anderen handelte es sich um deutsche Schlager. 1957 befanden sich drei internationale Songs unter den ersten 20 Plätzen. Auch in den beiden Folgejahren dominierte der deutsche Schlager die Hitlisten (vgl. Herrwerth 1998, S. 16). Bedeutend war in Deutschland in den 50er Jahren also der deutsche Schlager, der auch dazu beitrug, ungute Erinnerungen an die Nazizeit zu beseitigen (vgl. Larkey 2002, S. 235). Die Schlager malten das Bild einer idyllischen Welt und versprühten Frohsinn (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 15). Der deutsche Schlager wurde allerdings von Amerikanern und anderen Ausländern beeinflusst, da z. B. ehemalige britische und U.S.-Soldaten wie Bill Ramsey oder Chris Howland in Deutschland blieben, um berühmte Sänger zu werden. Dass es eine Amerikanisierung im deutschen Schlager gab, zeigt sich durch die Verwendung von englischen Künstlernamen. So benannte sich beispielsweise Gerd Höllerich in Roy Black um. Außerdem wurden viele Anglizismen und englische Wörter wie *baby*, *darling* oder *teenager* in die deutschen Schlagersongs eingebaut. Hiermit wurde der deutsche Schlager auf der einen Seite modernisiert, aber die Verwendung von amerikanischem Englisch in der deutschen Populärmusik wurde auch parodiert. In den 50er Jahren ließen sich überdies Musiker aus anderen europäischen Ländern finden, die versuchten in Deutschland bekannt zu werden, z. B. die schwedische Sängerin Siw Malmqvist (vgl. Larkey 2002, S. 239). Es gab viele ausländische Interpreten, wie z. B. Wencke Myhre<sup>121</sup> aus Norwegen oder Gitte Haenning aus Dänemark, die ihren Karriereschwerpunkt in Deutschland hatten und hier Erfolge feierten. Auch sie gelten als Vertreter des deutschen Schlagers, da der deutsche Schlager dadurch gekennzeichnet ist, dass die Texte auf Deutsch gesungen werden. Viele Schlagersänger sangen mit Akzent, selbst Muttersprachler (vgl. Pendzich 2004, S. 267). Es stellt sich die Frage, warum so viele ausländische Künstler versuchten, in Deutschland erfolgreich zu werden und sich sogar der deutschen Musikszene anpassten, indem sie deutschsprachige Schlager sangen. Naheliegender ist, dass der deutsche Musikmarkt im europäischen Vergleich sehr groß ist und die ausländischen Künstler hier größere Erfolgchancen sahen als in ihren Heimatländern mit kleineren Absatzmärkten oder den dominierenden Musikländern wie den USA und Großbritannien. Pendzich merkt an, dass die Deut-

---

<sup>121</sup> Ihren Durchbruch in Deutschland erreichte sie 1966 mit *Beiss nicht gleich in jeden Apfel*, der die Spitze der deutschen Charts erreichte. Außerdem vertrat sie 1968 Deutschland beim Grand Prix und erreichte den sechsten Platz. In Schweden wurden schwedischsprachige Versionen ihrer Songs herausgegeben und waren auch dort erfolgreich (vgl. Eggum/Ose/Stehen 2005, S. 365).



schen einen nach außen gerichteten Blick hatten und die West- und Außenorientierung als eine Kompensation für eine politische, psychische und kulturelle Leere der Bürger diente. Der deutsche Schlager bildet diese West- und Außenorientierung durch die schon genannten Merkmale, z. B. die Wortwahl in den Texten (Anglizismen), den Einsatz von Akzenten oder die angloamerikanisch geprägte Pseudonymwahl, ab. Die deutsche Sprache wurde trotz der Außenorientierung verwendet, weil die meisten Schlagerhörer keine englischen oder französischen Sprachkenntnisse hatten und sie aufgrund ihrer musikalischen Sozialisation nicht an das Nichtverstehen oder nur teilweise Verstehen von Texten gewöhnt waren (vgl. Pendzich 2004, S. 268).

Auch wenn die deutsche Musikszene durch den deutschsprachigen Schlager beherrscht wurde, spielte die aus den USA kommende Rockmusik eine bedeutende Rolle in Deutschland. 1958 gab Bill Haley seine ersten Konzerte in Deutschland und war damit der erste Rockmusiker, der in Deutschland auftrat (vgl. Bloemeke 1996/1998, S. 15). Es kam zu einer zunehmenden Amerikanisierung in der deutschen Musik und die Plattenfirmen reagierten darauf in Deutschland durch die Schaffung der Teenagerstars Peter Kraus und Conny Froboess (vgl. Spatscheck u. a. 1997, S. 18). Die Plattenfirmen wollten sich dadurch Marktanteile sichern. Peter Kraus und Conny Froboess sangen deutsche Coverversionen amerikanischer Hits und ihre Musik wurde als Teenager-Schlager<sup>122</sup> klassifiziert (vgl. Larkey 2002, S. 237). Conny Froboess erreichte mit dem Song *Zwei kleine Italiener* den ersten Platz der niederländischen Charts (vgl. Pendzich 2004, S. 286). Ein kleinerer Auslandserfolg war ihr somit gelungen. Herrwerth führt an, dass Rock'n'Roll nur in der Eindeutschung von Peter Kraus und Conny Froboess existierte, es also keinen „richtigen“ Rock'n'Roll gab (vgl. Herrwerth 1998, S. 17). Die Rockmusiker schrieben keine eigenen Songs. Sie nahmen die Originalsongs, kopierten diese und gaben ihnen deutschsprachige Texte. Kennzeichnend für die Musik von Herold und Kraus ist, dass sie musikalisch nicht innovativ war (vgl. Siepen 1994, S. 34). Am Songtextzitat am Anfang dieses Kapitels zeigt sich die Eindeutschung des amerikanischen Rock'n'Roll. Auch wenn sich die Rockmusik in sehr kurzer Zeit weltweit verbreitete, bildeten sich in den einzelnen Ländern lokale Besonderheiten heraus. In Deutschland „[...] hielten sich deutsche Rock'n'Roll-Musiker eher penibel an die amerikanischen Originale. Die Eindeutschung von

---

<sup>122</sup> Trotz der Namensgebung war ihre Musik weniger am deutschen Schlager als am Rock'n'Roll ausgerichtet.

Rock'n'Roll-Hits á la Peter Kraus sprühte dementsprechend nicht gerade vor Originalität“ (Büsser 2002, S. 15). Bill Haley and the Comets' Song *See You Later Alligator* wurde z. B. zu *Mr. Patton aus Manhattan* umgeschrieben und von Renée Franke gesungen (vgl. Larkey 2002, S. 238). „Der Rock'n'Roll der 50er Jahre war noch ganz klar Importware, deutsche Jugendliche versuchten erst gar nicht, Rock'n'Roll selber zu machen. Die hiesigen Pseudo-Rock'n'Roller waren Berufsmusiker in Tanzmusikorchestern“ (Koch 1987, S. 14). Jedoch konnten die Musiker mit ihren Rock'n'Roll-Coverversionen große Erfolge erzielen und sie trugen dazu bei, dass der Rock'n'Roll akzeptiert und verbreitet wurde (vgl. Pendzich 2004, S. 270).

Durch die Rockmusik bildete sich in den 50er Jahren eine eigene Jugendkultur, wie dies noch bei keiner Generation zuvor der Fall war. Somit wurden die Jugendlichen durch die Rockmusik geprägt (vgl. Büsser 2002, S. 14f.) Es entstand die erste Popmusikultur Jugendlicher (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 19). Jedoch begeisterten sich in Deutschland weniger Jugendliche für den Rock'n'Roll als in den USA (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 18). In Deutschland spielte die Rockmusik nicht für alle Jugendlichen, sondern nur für eine jugendliche Minderheit eine Rolle (vgl. Bloemeke 1996/1998, S. 5). Die Eltern stellten zu Hause das Radio aus, wenn Bill Haley gespielt wurde (vgl. Bloemeke 1996, S. 60). Hier wird deutlich, dass die Rock'n'Roll-Musik der 50er Jahre ausschließlich von Jugendlichen gehört wurde und die Erwachsenen diese Musik ablehnten. Jedoch waren die Jugendlichen, die Rockmusik hörten, wie schon erwähnt, in der Minderheit und die meisten Jugendlichen waren das Gegenteil von den durch die Rockmusik geprägten Teenagern, da sie angepasst, nicht aufmüpfig und „brav“ waren und Idole wie Caterina Valente oder Peter Alexander hatten, welche auch von den Eltern gerne gehört wurden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). Es war in den 50ern ein neuer Markt entstanden, es gab nun Teenager-Pop und eine Jugendkultur, zu der neben Musik auch modische Kleidung und Zeitschriften wie die *Bravo* gehörten. Aber die Jugendkultur war nicht einheitlich. Auf der einen Seite gab es Jugendliche, die die Originale wie Elvis Presley oder Bill Haley hörten und auf der anderen Seite gab es Jugendliche, welche Peter Kraus oder Ted Herold hörten (vgl. Koch 1987, S. 12f.) Demzufolge war auch die Jugendkultur der Rockmusik hörenden Jugendlichen gespalten. Ab 1959 entstanden die ersten Bands, die die originalen US-Rockhits auf Englisch nachsangen und nachspielten (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 21). Musik in der Muttersprache Deutsch gab es in

Deutschland einmal durch den Schlager und auf der anderen Seite durch die den Rock'n'Roll eindeutschenden Musiker wie Peter Kraus und Ted Herold. Wenn man die deutsche mit der schwedischen Musikgeschichte der 50er Jahre vergleicht, zeigen sich viele Parallelen, aber auch deutliche Unterschiede, die für die nächsten Jahrzehnte eine entscheidende Rolle spielen. Die Rockmusik kam in den 50er Jahren sowohl nach Deutschland als auch nach Schweden. Die englischsprachigen Songs ausländischer Künstler hatten in beiden Ländern aber erst zeitverzögert Erfolg. Zunächst dominierte der schwedische Schlager in den 50er Jahren Schweden, Deutschland und die deutschen Charts wurden durch den deutschen Schlager beherrscht. Deutschsprachige Songs und deutschsprachige Musiker dominierten die deutsche Musiklandschaft. Bis 1957 sangen die schwedischen Rockmusiker genau wie die den Rock'n'Roll eindeutschenden Teenagerstars in Deutschland in ihrer Muttersprache. In beiden Ländern zeigte sich die Amerikanisierung dadurch, dass sich die Musiker amerikanisch klingende Künstlernamen gaben. Der Rock'n'Roll wurde in Deutschland eingedeutscht, auch in Schweden orientierte man sich an amerikanischen Songs, coverte und zeigte keine Originalität. Die USA hatten also Einfluss auf die schwedische und die deutsche Musiklandschaft. In beiden Ländern kam es zur Bildung einer Jugendmusikkultur. In Deutschland war diese allerdings uneinheitlich. Hier zeigt sich ein erster wesentlicher Unterschied. Während in Schweden die Jugendkultur aus Rockmusik hörenden Jugendlichen bestand, gab es in Deutschland verschiedene Jugendmusikkulturen. Auf der einen Seite standen die „braven“, keine Rockmusik hörenden Jugendlichen. Auf der anderen Seite standen die Rockmusik hörenden Jugendlichen, die wiederum in zwei Lager eingeteilt werden können. Es gab einmal die Jugendlichen, die die Originale aus den USA hörten und auf der anderen Seite die, die den eingedeutschten Rock hörten. Ein weiterer Unterschied zwischen Schweden und Deutschland ist, dass die Jugendlichen in Schweden begannen, Rockmusik zu machen und das Amateurmusizieren vor allem Ende der 50er Jahre deutlich zunahm. In Deutschland wurde die Musikszene durch Berufsmusiker geprägt. Auch bezüglich der englischen Sprache zeigt sich, dass die Musikgeschichte in Deutschland und Schweden nicht gleich ist. Die englische Sprache war spätestens ab 1958 kennzeichnend für die Rockmusik in Schweden. In Deutschland sangen erst ab 1959 erste Bands die US-Hits auf Englisch nach, als die Rockwelle in Schweden schon fast ausgestorben war. Vorher gab es keine Sänger, die auf Englisch sangen. Ein weiterer Unterschied ist, dass es in Deutschland keine

Rockkönigwettbewerbe gab – zumindest werden sie in der Sekundärliteratur nicht erwähnt. In Schweden sowie in den Nachbarländern Norwegen und Dänemark waren diese üblich. Insgesamt scheint die schwedische Bevölkerung die Rockmusik schneller angenommen zu haben und die schwedischen Musiker haben früher als die deutschen begonnen, die aus den USA kommende Rockmusik nachzuahmen und eigene Rockmusik zu machen und dies nicht auf die Berufsmusiker beschränkt.

### 3.2.1.1 Peter Kraus

Der 1939 geborene Peter Siegfried Krausnecker, der unter dem Namen Peter Kraus bekannt wurde, machte zuerst als Schauspieler auf sich aufmerksam und spielte als 14-Jähriger in dem Film *Das fliegende Klassenzimmer* mit (vgl. <http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2>). Von seinem Vater bekam er als Jugendlicher eine Gitarre geschenkt und er nahm Gesangs- und Tanzunterricht (vgl. Bloemeke 1996, S. 126). Nachdem Kraus 1955 Bill Haleys *Rock Around The Clock* gehört hatte, übte er Rock'n'Roll-Songs ein und wollte Sänger werden (vgl. <http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2>). 1956 nahm er als 17-Jähriger an einem Talentwettbewerb<sup>123</sup> teil und trat mit den Nummern *Rock-A-Beatin'-Boogie*, *Blue Suede Shoes* und *Heartbreak Hotel* an<sup>124</sup> (vgl. Bloemeke 1996, S. 126). Daraufhin nahm ihn der Schallplattenproduzent Gerhard Mendelson unter Vertrag (vgl. <http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2>). Peter Kraus versuchte den US-amerikanischen Rock'n'Roll einzudeutschen. So veröffentlichte er 1956 Coverversionen z. B. von Little Richards *Tutti Frutti* (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). „Er sollte damit von der Musikindustrie als eine weichgespülte deutsche Elvis-Version etabliert werden“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). Mit *Susi Rock* erklimmte er 1957 erstmals die Charts (vgl. Herrwerth 1998, S. 28). Später, 1958, brachte er die Songs *Sugar Baby* und *Wenn Teenager träumen*, der sich weltweit über eine halbe Million Mal verkaufte, heraus. 1959 nahm er weitere Songs auf, wie z. B. *Mit Siebzehn* oder *So Wie Ein Tiger*. Er produzierte in Frankreich, Amerika und Italien (vgl.

---

<sup>123</sup> Erwähnenswert ist, dass der Auftritt von Peter Kraus als Jazz-Konzert in die Presse einging. Auf der einen Seite war es zunächst üblich, Rock'n'Roll als Jazz einzuordnen, auf der anderen Seite steckte hinter dieser Verwechslung auch Methode, da Jazz im Gegensatz zum primitiven Rock'n'Roll als anspruchsvoll angesehen wurde (vgl. Bloemeke 1996, S. 126).

<sup>124</sup> Im Original stammen diese Songs von Bill Haley und Elvis Presley.

<http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2>). Seine Songs werden als „harmlose Teenager-Schlager“ bezeichnet (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). Peter Kraus selbst sagte dazu in einem Interview im Jahr 2006: „Was ich gemacht habe, war nicht der wirkliche Rock’n’Roll, sondern eher eine Milky-Version davon. >Sugar Baby< war kein Rock’n’Roll“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). Es handelte sich eher um eine unfreiwillige Parodie<sup>125</sup> als um eine Rock’n’Roll-Kopie. Peter Kraus war kein zweiter Elvis. Man kann sogar behaupten, dass Peter Kraus gar kein Rock’n’Roll-Sänger war, sondern dass er aus den amerikanischen Songs Schlagersongs machte. Das Neue war, dass er diese mit Anglizismen versetzte und so den Rock’n’Roll in Deutschland etablierte (vgl. Bloemeke 1996, S. 128).

Auch in den 60er Jahren machte Peter Kraus weiter Musik und war wie in den 50er Jahren als Schauspieler sehr erfolgreich. Er sang sogar in Frankreich, England und Amerika. Seine in den 60er Jahren aufgenommene Jazz-Schallplatte war vor allem in England erfolgreich. Er nahm außerdem einen Walzer auf, *Schwarze Rose, Rosemarie*, der die meistverkaufte Single seines Lebens war, aber die Rock’n’Roll-Fans waren über diesen Walzer entsetzt. 1965 zog sich Kraus aus dem Popgeschäft zurück und unterschrieb einen Vertrag als Bühnenschauspieler. Von 1971 bis 2003 ging er wieder auf Konzerttourneen, war aber auch in anderen künstlerischen Bereichen erfolgreich tätig. Zum 50-jährigen Jubiläum des Rock’n’Roll sang Kraus 2004 in einer großen Abendsendung des ZDF begleitet von den Comets den Song *Rock Around The Clock* und nahm daraufhin das Album *Rock’n’Roll Is Back* auf. 2005 ging er auf eine Rock’n’Roll-Tournee und 2007 erschien das Album *Vollgas*, auf dem seine Lieblingssongs der Rock’n’Roll-Ära mit selbstgeschriebenen deutschen Texten erschienen (vgl. <http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2>). Peter Kraus kann auf eine bis heute andauernde Musikkarriere zurückblicken.

Peter Kraus ist für die deutsche Musikgeschichte bedeutend, weil er zu den ersten Teenageridolen in Deutschland gehörte. Er deutete den Rock’n’Roll so weit ein, dass er aus heutiger Sicht nur mit Vorbehalten als Rock’n’Roll bezeichnet werden kann, es jedoch zu dessen Etablierung in Deutschland – wie schon dargestellt wurde – führte. Peter Kraus war, vor allem ab den 60er Jahren, auch im Ausland erfolgreich und dies sogar mit deutschsprachigen Songs.

---

<sup>125</sup> „Im Vergleich zu der provozierend sexuellen Ausstrahlung des ‚King‘ wirkte sein Gebaren auf der Bühne eher wie eine etwas verklemmte Parodie seines Vorbildes“ (Herrwerth 1998, S. 27).



Insbesondere wird an Peter Kraus deutlich, welche große Rolle der Schlager in den 50er Jahren in Deutschland spielte, da selbst ein als Rock'n'Roll-Musiker betitelter Sänger eher dem Schlagergenre angehörte.

### 3.2.1.2 Ted Herold

1958 absolvierte Ted Herold bei dem Schallplattenlabel Polydor erfolgreich Probeaufnahmen. Er hieß mit bürgerlichem Namen Harald Schubring und besaß bereits seit seinem 14. Lebensjahr eine Gitarre (vgl. Bloemeke 1996, S. 130). Seine erste Schallplatte *Ich brauch keinen Ring/Lover Doll* – hierbei handelt es sich um zwei eingedeutschte Elvis-Titel – verkaufte sich über 100.000 Mal. Seinen ersten großen öffentlichen Auftritt hatte Herold 1959 zusammen mit Conny Froboess und Freddy Quinn, im selben Jahr ging er auch auf seine erste Tournee. Der 1960 erschienene Song *Moonlight* verkaufte sich 500.000 Mal (vgl. <http://www.tedherold.de/fenster2.html>). Bei Ted Herold waren deutlicher als bei Peter Kraus Anleihen an den US-Rock zu erkennen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20), er glich auch von der Stimme und vom Aussehen her eher den Vorstellungen von einem Rock'n'Roll-Sänger (vgl. Bloemeke 1996, S. 130). Insbesondere erinnerte er auch mehr an Elvis Presley als Peter Kraus (vgl. Herrwerth 1998, S. 30). Ted Herold sang viele Elvis-Songs mit deutschen Texten nach und hatte mehrere Hits, einer davon war *Hula Rock* (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20). „Bei ihm wie bei Peter Kraus drehten sich die Texte zwar zum Großteil um Liebe, sie kamen aber meist ähnlich harmlos und keusch daher wie die deutschen Schlager“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 20f.) Peter Kraus und Ted Herold wurden vom selben Produzenten betreut. Zwischen Kraus und Herold und dann auch zwischen deren Fans gab es eine gewisse Rivalität, die der Produzent medienwirksam nutzte, um die Umsatzzahlen der Schallplatten zu erhöhen (vgl. Herrwerth 1998, S. 31f.) So gingen die beiden Sänger 1960 zusammen auf Tournee und es gab vor fast jeder Halle Tumulte (vgl. <http://www.tedherold.de/fenster2.html>). Nachdem Ted Herold 1963 zur Bundeswehr eingezogen worden war, kam es in den 60er Jahren zu einem Karriereknick (vgl. Herrwerth 1998, S. 43). 1977 trat er mehrmals als Special Guest bei einer Udo Lindenberg-Tournee auf und Ende der 70er folgte Herolds Comeback mit der LP *Jetzt bin ich wieder zu Haus*. In den 80er Jahren gab er viele LPs heraus, wie z. B. *Rock'n'Roll For President*. Er ging in den 80ern mehrmals auf Tour und gewann zweimal die Goldene



Stimmgabel. Auch in den 90er Jahren veröffentlichte er weiter Singles, wie z. B. 1991 *Vergeben, Vergessen, Vorbei*, und tourte fleißig. In den letzten Jahren hat Herold immer wieder neue Singles herausgegeben und war in zahlreichen TV-Shows zu Gast (vgl. <http://www.tedherold.de/fenster2.html>).

Genau wie auch der schwedische Rock-Boris oder der deutsche Peter Kraus ist Ted Herold seit Jahrzehnten musikalisch erfolgreich. Herausgestellt werden konnte, dass Herold in den 50er Jahren mit deutschsprachigen Rock'n'Roll-Songs erfolgreich war. Es wird also das typische Merkmal des deutschen Rock'n'Roll widergespiegelt: die deutschsprachigen Texte.

### 3.2.1.3 Caterina Valente

Caterina Valente wurde 1931 in Paris geboren und stammt aus einer italienischen Familie (vgl. Herrwerth 1998, S. 25). 1952 erhielt sie die deutsche Staatsbürgerschaft, so dass sie auch zu den deutschen Musikexporteuren zählt (vgl. <http://www.caterinavalente.files.wordpress.com/2011/06/valente-bio-deutsch.pdf>, S. 1). In der Nachkriegsära hatte sie zahlreiche Hits und war die mit Abstand erfolgreichste Sängerin (vgl. Herrwerth 1998, S. 25). Ihre erste Schallplatte *Istanbul* erschien 1954 und im selben Jahr hatte sie ihren ersten großen Millionen-Hit mit *Ganz Paris träumt von der Liebe*, dies ist die deutsche Version von Cole Porters<sup>126</sup> Song *I love Paris*. Auf diesen Hit folgten die Erfolge *Dich werde ich nie vergessen* und *Wo meine Sonne scheint*. Welterfolge hatte sie 1955 mit den Songs *Malaguena* und *The breeze and I*, sie trat sogar in den USA auf und hatte dort 1961 ihren Durchbruch. Daraufhin sah 1969 50 Millionen Zuschauer das Special *Caterina Valente from Heidelberg*, welches vom Sender CBS ausgestrahlt wurde (vgl. <http://www.caterinavalente.files.wordpress.com/2011/06/valente-bio-deutsch.pdf>, S. 2). Besonders bemerkenswert ist also, dass sie zum internationalen Star avanciert ist (vgl. Herrwerth 1998, S. 25). Sie tourte von 1954 bis 1996 weltweit, z. B. durch Norwegen, Schweden, Dänemark, England, Japan sowie Argentinien (vgl. <http://www.caterinavalente.files.wordpress.com/2011/06/valente-bio-deutsch.pdf>, S. 3). Caterina Valente nahm in zwölf verschiedenen Sprachen Schallplatten auf und hatte so sogar in den USA und Großbritannien Erfolg. Dort war der Song *The breeze and I* sehr erfolgreich. Bis in die 60er Jahre hinein war sie in Deutsch-

---

<sup>126</sup> Cole Porter ist ein US-amerikanischer Komponist und Songschreiber.

land und auch in Italien in den Hitparaden Dauergast (vgl. Herrwerth 1998, S. 26). Insgesamt veröffentlichte sie über 1.500 Musiktitel und verkaufte weltweit über 18 Millionen Tonträger (vgl. <http://www.caterinavalente.files.wordpress.com/2011/06/valente-bio-deutsch.pdf>, S. 4).

Caterina Valente steht für eine in der damaligen Zeit für deutsche Musiker eher untypische Karriere, da sie schon in den 50er Jahren weltweit erfolgreich war. An Caterina Valente wird die Problematik der Definition des Musikexportes deutlich, weil sie mehrere Staatsbürgerschaften besitzt und in der Sekundärliteratur nicht auf den Fall eingegangen wird, wie genau die Exporteinnahmen bei verschiedenen Staatsbürgerschaften für die einzelnen Länder berechnet werden. Bemerkenswert ist Valentens Sprachenvielfalt und die Aufnahme von Songs in verschiedenen Sprachen kann als ein Grund für ihren internationalen Erfolg angesehen werden.

### 3.2.2 60er Jahre

„Come on and clap your hands  
I said clap your hands, now  
Oh Oh girl, I said: Clap your hands now  
I sing La La La La La La La La.”  
The Rattles *La La La* (1965)

Genau wie in den 50er Jahren war die Schlagermusik in den 60er Jahren bei der deutschen Bevölkerung sehr beliebt. Die deutschsprachigen Schlagerstars beherrschten Anfang der 60er Jahre die deutschen Charts – sowohl die offiziellen Charts, die in der Zeitschrift *Musikmarkt* veröffentlicht wurden, als auch die Hitlisten der *Bravo*, Deutschlands größter Musikzeitschrift für Jugendliche (vgl. Herrwerth 1998, S. 50). Die Bravo-Charts werden von den Lesern der *Bravo* gewählt. Internationale Titel belegten in den Jahren 1960 bis 1963 in beiden Charts nur vereinzelt die Spitzenpositionen (vgl. Herrwerth 1998, S. 49). So zeigt sich, dass Schlagersongs sowohl von Jugendlichen als auch von Erwachsenen gerne gehört wurden. Diese Schlagerlieder wurden nicht nur von deutschen Musikern gesungen, sondern z. B. auch von skandinavischen Sängerinnen wie Gitte Hænning oder Siw Malmkvist, die auf Deutsch sangen (vgl. Herrwerth 1998, S. 44). In den 60er Jahren nahmen einige deutsche Schlagerstars anderssprachige Versionen ihrer erfolgreichsten Songs auf, jedoch gelang es ihnen nur selten, mit diesen Versionen Erfolge im Ausland zu erzielen.

Es war sehr schwierig, deutsche Songs ins Ausland zu verkaufen (vgl. Pendzich 2004, S. 285). Jedoch gelang es Bernd Kaempfert mit dem instrumentalen Song *Wonderland By Night* 1960 als erstem Deutschen, Platz 1 der US-Charts zu erreichen (vgl. Pendzich 2004, S. 286). Weiterhin war die Amerikanisierung, die sich schon in den 50er Jahren gezeigt hatte, bei den Schlagersängern der 60er Jahre offensichtlich. Deutsche Schlagerinterpreten gaben sich amerikanisch klingende Namen, da alles Amerikanische im Trend lag. So nahm Marianne Rosemarie Schwab z. B. den Künstlernamen Mary Roos an. Ab 1964 bekamen die Schlagersänger Konkurrenz durch die Beatmusiker<sup>127</sup>, die nicht mit den Schlagerinterpreten in Verbindung gebracht werden wollten und sich durch die Verwendung der englischen Sprache von diesen abgrenzten. Die Beatmusik<sup>128</sup> war englisch, selbst Soundchecks wurden in Englisch absolviert. Wer auf Deutsch sang, wurde automatisch dem Genre des Schlagers zugeordnet (vgl. Koch 1987, S. 16f.) Es gab nur ganz vereinzelte beat-inspirierte deutschsprachige Titel, die sich gegen die englischen Musiker durchsetzen konnten, wie z. B. Drafi Deutscher *Marmor, Stein und Eisen bricht* (vgl. Herrwerth 1998, S. 56f.) Drafi Deutscher hat durchaus auch beat-inspirierte Songs veröffentlicht, jedoch kann hier Herrwerth widersprochen werden, da der Song *Marmor, Stein und Eisen bricht* vor allem aus heutiger Sicht als typischer Schlagersong zu klassifizieren ist.

Die Beatmusik, die aus einer Synthese von Blues, Schlager, Rock'n'Roll und Skiffle entstand und die Kombination von visuellen Elementen und Musik betonte, wurde durch die Beatles in Deutschland bekannt (vgl. Flender/Rauhe 1989, S. 12). Schon 1962, als die Band noch unbekannt war, spielte sie gleich dreimal im Star-Club, einem bekannten Hamburger Musikclub der 60er Jahre. Ab 1964 wurde The Beatles dann weltweit und somit ebenfalls in Deutschland bekannt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 21). Die Beatmusik sorgte in den deutschen Charts für eine Veränderung. Während die offizielle Hitparade 1964 und 1965 weiterhin durch Schlagersongs dominiert wurde, wurden die

---

<sup>127</sup> In der schwedischen Musikgeschichte wird die Musik der 60er Jahre hauptsächlich als Popmusik bezeichnet, in der deutschen Musikgeschichte als Beatmusik. Es handelt sich hier aber um die gleiche Musik.

<sup>128</sup> „Mit dem Begriff ‚Beat‘ wird heute ein im Wesentlichen zwischen 1963 und 1965 populärer Musikstil britischen Ursprungs bezeichnet [...]. Unverkennbar am Beat ist das sehr gerade, am Beat orientierte und (für damalige Verhältnisse) laut aufspielende Schlagzeug [...]. Typisch ist der von mehreren Bandmitgliedern meist unisono oder in Terzparallelen vorgetragene Gesang sowie die von den Gitarrenbands übernommene Gruppenformation Lead-, Rhythmus- und Bassgitarre und Schlagzeug“ (Pendzich 2004, S. 119).

Charts der *Bravo* von internationalen Musikern wie den Beatles beherrscht (vgl. Herrwerth 1998, S. 52). Es zeigt sich somit, dass die Beatmusik als neue Jugendmusik nach Deutschland kam. Die Jugendlichen begannen nun, selbst Beatbands zu gründen, es gab viele Beatwettbewerbe und somit entstand ab der Mitte der 60er Jahre eine Beatband-Szene (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 22f.) Im Unterschied zu den 50er Jahren entstand eine Amateurszene, es bildeten sich junge, deutsche Bands, die z. B. auf Schulfesten oder in Gaststätten die neuesten Songs der amerikanischen und englischen Charts nachspielten. „Aber zum erstenmal avancierte Pop zum Katalysator einer ganzen Jugendbewegung“ (Koch 1987, S. 18). Möglichst perfekte Kopien der Originale waren beim Publikum am gefragtesten (vgl. Koch 1987, S. 13). Die deutschen Beat- bzw. Popgruppen hielten sich in den 60er Jahren daher eng an die Musik der US-amerikanischen und britischen Vorbilder ohne einen eigenen Stil zu entwickeln (vgl. Büsser 2002, S. 32). Das Songtextzitat am Anfang des Kapitels zeigt die Amerikanisierung, die sich auch bei den deutschen Beatbands zeigte. Ihren angloamerikanischen Kollegen waren die Rattles als erste deutsche Band ebenbürtig, die von der englischen Presse als „the German Beatles“ bezeichnet wurde (vgl. Koch 1987, S. 15). Weitere populäre deutsche Beatbands waren The Lords und die German Bonds (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 28). Allerdings waren die Hits der deutschen Bands in den Charts nicht dominierend, stattdessen belegten angloamerikanische Hits die vorderen Plätze (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 28). Auch die deutschsprachigen Schlagersongs wurden von den internationalen Hits in den in der Zeitschrift *Musikmarkt* veröffentlichten Charts verdrängt. Die Kaufkraft der Jugendlichen hatte 1966 und 1967 für diese Veränderung der Chartszusammensetzung gesorgt (vgl. Herrwerth 1998, S. 52). Das Jahr 1966 war der Höhepunkt der Beatwelle (vgl. Baacke 1972, S. 32). „Seither ist die deutsche Verkaufshitparade von internationalen Titeln dominiert, für die einzige Ausnahme sollte 1982 die Neue Deutsche Welle sorgen“ (Herrwerth 1998, S. 52). Fast alle Schlagerstars, von Connie Francis über Peter Kraus bis Siw Malmkvist, erlitten einen Karriereknick (vgl. Herrwerth 1998, S. 53). Die Beat-Ära endete Ende des Jahres 1967. Zu diesem Zeitpunkt war die Beat-Musik ein Teil der Erwachsenenkultur geworden (vgl. Spatscheck u. a. 1997, S. 20). „Ein neues (Musik-) Phänomen entsteht als Ausdruck von Jugendkultur und wird sehr schnell in die Welt der Erwachsenen integriert und dadurch seiner eigentlichen Funktion beraubt“ (Spatscheck u. a. 1997, S. 18f.) Die Jugendlichen hatten sich nun wieder

ihren eigenen Lebensstil geschaffen und besaßen ihre eigenen Idole. Der US-Amerikaner Bob Dylan und der Brite Donovan wurden z. B. immer beliebter bei den Jugendlichen (vgl. Herrwerth 1998, S. 63). Der 1964 durch die Begeisterung für die Beatles eingesezte kulturelle Wandel nahm Ende der 60er Jahre immer mehr politische Konturen an (vgl. Herrwerth 1998, S. 62). In Deutschland war in den 60er Jahren aber nicht nur die Beatmusik ein neues Phänomen, das großen Einfluss auf die deutsche Musikszene nahm, sondern es kam auch zur Entwicklung des Krautrocks. Dieser hatte nichts mit dem bis dahin gehörten Rock zu tun (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 29). Das Besondere war, dass die Musiker dieser Rockuntergrundszene viel experimentierten, eigenständige Musik machten und ihre Songs selbst schrieben anstatt zu covern. Ab 1968 war die deutsche Rockmusikszene somit auf dem Weg, etwas Eigenständiges zu schaffen und sich zu emanzipieren (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 28). Deutschland schuf sich ab 1968 eine eigene musikalische Identität. Diesen Sound hatte es bisher weder im In- noch im Ausland gegeben. Im Ausland gab es keine Chartplatzierungen für diese neuartige deutsche Musik, aber die deutschen Musiker hatten bewiesen, dass sie eigenständige Musik machen konnten. Der Gesang war beim Krautrock eher nebensächlich, entweder fehlte er ganz oder wurde als Instrument in das Gesamtkonzept integriert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 7f.) Auf den Krautrock wird in Kapitel 3.2.3 noch genauer eingegangen. Deutsche Musiker begannen, eigene Ideen zu verwirklichen. Eine Intention war „[...] die kritische Auseinandersetzung mit bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen auf musikalischem Wege [...]“ (Siepen 1994, S. 46). So entstand der Politrock, auf den im nächsten Kapitel näher eingegangen wird. Vorher konnte man in Deutschland nicht in gleicher Weise wie in den USA und England auf eine „Rocktradition“ zurückblicken, da meist nur angloamerikanische Vorbilder kopiert wurden (vgl. Siepen 1994, S. 22).

Der deutsche Musikmarkt wurde für Musiker aus den USA zunehmend interessanter, da die deutsche Schallplattenindustrie immer größere Umsatzzuwächse verzeichnete (vgl. Herrwerth 1998, S. 46f.) So sang z. B. die aus den USA stammende Sängerin Connie Francis ihren in den USA auf Platz 1 der Charts gelisteten Song *Everybody's somebody's fool* auf Deutsch ein und dieser stieg in Deutschland auf Platz 1. Die englischsprachige Fassung hatte vorher nur Platz 29 der deutschen Charts erreicht. Statt den englischen Hit von einer deutschen Sängerin auf Deutsch nachsingen zu lassen, sang Connie Francis ihn selbst ein (vgl. Herrwerth 1998, S. 47). Insgesamt gesehen verkauften sich aber



deutschsprachige Schallplatten an der Schwelle zu den 70er Jahren immer schlechter, da der Schallplattenindustrie die Generation der Jugendlichen abhandengekommen war (vgl. Herrwerth 1998, S. 73).

Viele Parallelen zeigen sich bezüglich der Musikgeschichte der 60er Jahre im Vergleich zu Schweden. In beiden Ländern war Anfang der 60er Jahre die Schlagermusik sehr beliebt und beherrschte die Charts, die Texte waren in der jeweiligen Landessprache verfasst worden. In Deutschland und in Schweden gab es in den 60er Jahren eine Amateurmusikszene, deren meist jugendliche Musiker ausschließlich Songs auf Englisch sangen und es war auch üblich, dass sich schwedische und deutsche Musiker englisch klingende Namen gaben. Die Amerikanisierung zeigte sich in unterschiedlichen Musikgenres, in Deutschland sowohl in der Schlager- als auch in der Beatmusik, in Schweden in der Instrumental-, der Beatmusik und dem Schlager. Die Amateurszene entstand in beiden Ländern durch die Beatmusik, die ab 1963/64 die Musiklandschaft in Deutschland und Schweden prägte. Durch die englischsprachigen Texte grenzte man sich vom Schlager ab. Die Imitation englischer Beatgruppen stand in beiden Ländern im Vordergrund. Es wurde in beiden Ländern hauptsächlich gecovered, ohne dabei kreativ zu sein und den Songs eine eigene Note zu geben. In Schweden starb die Popwelle 1969 aus, nachdem sie ab 1967 allmählich schwächer geworden war, in Deutschland starb sie Ende 1967 aus. Die Beatmusik behauptete sich in Schweden somit länger.

Neben den Parallelen, die hauptsächlich die Schlager- und die Beatmusik betreffen, sind auch einige Unterschiede zu finden. In Schweden gab es von 1957 bis 1963 die Instrumentalgruppen (*ståltrådspop*), während dieses Musikgenre in Deutschland nicht sehr populär gewesen zu sein scheint, da in der Sekundärliteratur keine Hinweise darauf zu finden sind. In Schweden hatte die Instrumentalmusik dazu geführt, dass viele Jugendliche Bands gründeten und lernten, E-Gitarre zu spielen. Es gab viele aktiv Musizierende und dies geschah, bevor die Beatmusik für eine erneute Bildung einer Amateurmusikszene sorgte. In Deutschland kam es erst durch die Beatmusik zu einem Anstieg der aktiv Musizierenden. Dafür gab es aber in Schweden keine Musikrichtung, die dem Krautrockgenre ähnelt, das in Deutschland ab 1968 entstanden und dafür verantwortlich war, dass Deutschland eine eigenständige musikalische Identität bekam. Eine weitere Besonderheit in Deutschland war, dass es mehrere internationale Künstler gab, die deutschsprachige, von ihnen selbst eingesungene Versionen ihrer Hits herausgaben. In Schweden gab es dieses Phänomen nicht,



dass ausländische Stars auf Schwedisch gesungen haben. Dies lässt sich damit erklären, dass der deutsche Musikmarkt viel größer ist als der schwedische und er aufgrund der besseren Verdienstmöglichkeiten interessanter für ausländische Künstler war.

Dass im Folgenden nur zwei und nicht wie in der gesamten Dissertation üblich, drei Bands oder Musiker pro Jahrzehnt dargestellt werden, liegt daran, dass es in den 60er Jahren in Deutschland zwei dominierende Beatbands gab, die stellvertretend für das Genre dargestellt werden. Wie in diesem Kapitel deutlich wurde, stellt der Schlager neben der Beatmusik die zweite dominierende Musikrichtung dar. Die für dieses Genre wichtigen Musiker waren auch in den 60er Jahren sehr erfolgreich und wurden schon in Kapitel 3.2.1 vorgestellt. Auf die Ende der 60er Jahre neu entstandenen Genres des Kraut- und Politrocks wird, wie schon erwähnt, in Kapitel 3.2.3 eingegangen und somit werden auch erst dann die für die beiden Genres charakteristischen Musiker näher vorgestellt.

### **3.2.2.1 The Lords**

1959 fing The Lords als Skiffle-Gruppe an und bestand aus sechs Mitgliedern, die anfangs die für eine Skiffle-Band typische Musik mit Gitarre, Waschbrett, Banjo und Kamm machte. 1961 gewann die Band den Wettbewerb *Das Goldene Waschbrett*, der vom Berliner Kultursenat ausgeschrieben worden war. Bis Ende 1962 nannte sich die Band noch Skiffle-Lords, das Wort Skiffle strich die Band aber aufgrund der aufkommenden Beatmusik aus ihrem Namen und auch die Bandmitglieder wechselten. In den 60er Jahren gab es Bandwettbewerbe, in denen Bands gesucht wurden, deren Musikstil dem der Beatles ähnelte. The Lords gewann 1964 einen dieser Wettbewerbe und wurde mit dem Titel *Die deutschen Beatles* ausgezeichnet (vgl. <http://www.thelords.de/>). Zusammen mit den Rattles lag The Lords „[...] mit ihren Produktionen derartig dicht bei den Titeln der frühen Beatles, dass beide als das Kuriosum, in Deutschland beheimatet zu sein und trotzdem wie die Beatles spielen zu können, vermarktet wurden und nicht etwa als authentische Form von Rockmusik“ (Wicke/Ziegenrücker/Ziegenrücker 2007, S. 610). The Lords bekam einen Schallplattenvertrag bei dem Majorlabel EMI in Köln (vgl. <http://www.thelords.de/>). Daraufhin hatte sie viele Hits in den deutschen Charts. Die Band spielte nicht nur Songs aus den USA und Großbritannien nach, wie z. B. den Song *Shakin' All Over*,

der ursprünglich von der britischen Band Johnny Kidd & The Pirates stammt (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 611), sondern schrieb außerdem eigene englischsprachige Songs, die ab 1965 in den deutschen Charts vertreten waren. Dazu gehörten z. B. *Poor Boy* und ihr größter Hit *Glory Land* aus dem Jahre 1967 (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 25). The Lords war eine der führenden deutschen Beatbands und war bis 1969 elfmal<sup>129</sup> in den deutschen Charts zu finden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 25). „Ihr unverwechselbares Image – bedingt durch die so genannten Prinz-Eisenherz-Frisuren und völlig abgefahrene Kostüme – macht sie sogar für das europäische Ausland zur Attraktion“ (<http://www.thelords.de/>). The Lords ging mit The Beach Boys und The Who auf Tour und spielte als erste Beatband Westeuropas in Polen und Jugoslawien. Doch 1971 löste sich die Band auf, 1976 kam es dann aber zu einer Wiedervereinigung. Auch heute noch existiert die Band The Lords und steht regelmäßig auf der Bühne. Aus der ursprünglichen Beatband ist eine musikalisch anspruchsvolle und authentische Rockband geworden (vgl. <http://www.thelords.de/>).

The Lords ist somit ein Beispiel für eine erfolgreiche deutsche Beatband der 60er Jahre, die durchaus auch im Ausland Erfolge feierte. Jedoch gelang ihr dort nicht der richtige Durchbruch.

### 3.2.1.2 The Rattles

Die Hamburger Beatband The Rattles war noch erfolgreicher als die Lords. 1960 wurde sie von der Musikerlegende Achim Reichel zusammen mit Herbert Hildebrandt gegründet. Am Neujahrstag 1963 hatte sie ihren Durchbruch in Deutschland, als sie bei einem Wettbewerb im Hamburger Star-Club zur besten Beat-Formation gekürt wurde. Dort wurde die Band auch anschließend als Hausband engagiert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 25). Damit wurde sie als erste deutsche Band für den Star-Club verpflichtet (vgl. Wilholm 1999, S. 248). Später spielte The Rattles auch beim britischen Pendant des Star-Clubs, dem Liverpools Cavern Club, der als die Wiege der britischen Beatmusik gilt. Dort begeisterte die Band das Publikum (vgl. Siepen 1994, S. 44). Von den Briten wurde The Rattles als die deutschen Beatles bezeichnet. The Rattles schaffte es sogar, 1966 als Vorband der Beatles auftreten zu dürfen (vgl. Fuchs-

---

<sup>129</sup> Der Homepage der Band zufolge sind es sogar zwölf Singles (vgl. <http://www.thelords.de/>).

Gamböck/Schatz 2008, S. 25f.) Insgesamt absolvierte die Band vier England-Tourneen und zusammen mit den Beatles eine Deutschlandtournee (vgl. Wilhelm 1999, S. 248). In Deutschland nahm The Rattles eine Ausnahmestellung ein, was sich in den Schallplattenverkäufen widergespiegelte (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 26). Mit *La La La* (1965) hatte die Band ihren größten Erfolg. Allerdings reichte es für die Rattles wie auch für die Lords nicht zu einem internationalen Durchbruch, obwohl sie beide in den Vorprogrammen internationaler Spitzengruppen auftraten (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 611). Sie sorgten aber dafür, dass jugendliche Amateurmusiker nicht nur die Hits der Beatstars nachsangen, sondern auch eigene Songs schrieben. Dabei orientierten sich die Jugendlichen stark an ihren Vorbildern, doch diese schrieben immerhin eigene Texte (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 26). Auch schienen sich The Rattles und The Lords stärker mit der Rockmusik zu identifizieren als z. B. Peter Kraus in den 50ern (vgl. Siepen 1994, S. 44). Hier zeigt sich somit eine Entwicklung innerhalb der Rockmusik.

Die hier dargestellte Biographie der Rattles zeigt, dass es in den 60er Jahren zwar deutsche Bands gab, die im Ausland erfolgreich waren, denen aber dort nicht der große Durchbruch gelang. Die Rattles war die im Ausland erfolgreichste Band der 60er Jahre und damit zusammen mit den Lords sicherlich eine Ausnahmeerscheinung. Andere Beatbands der 60er Jahre konnten solche Erfolge nicht vorweisen.

### 3.2.3 70er Jahre

„Wir fahr‘n fahr‘n fahr‘n auf der Autobahn (6x)  
Vor uns liegt ein weites Tal  
Die Sonne scheint mit Glitzerstrahl  
Die Fahrbahn ist ein graues Band  
Weiße Streifen, grüner Rand  
Jetzt schalten wir das Radio an  
Aus dem Lautsprecher klingt es dann:  
Wir fahr‘n auf der Autobahn.“  
Kraftwerk *Autobahn* (1974)

Wie in den beiden vorherigen Jahrzehnten spielte der deutsche Schlager in den 70er Jahren weiterhin eine große Rolle. Es kam zu einem Comeback der Schlagermusik und Musiker wie Peter Maffay, Michael Holm oder Cindy und Bert

waren in Deutschland erfolgreich (vgl. Herrwerth 1998, S. 76). Das Comeback des Schlagers wurde durch die im Jahr 1969 zum ersten Mal ausgestrahlte Sendung *ZDF-Hitparade* eingeleitet (vgl. Herrwerth 1998, S. 81). Viele der in dieser Sendung präsentierten Songs wurden zu Hits und erlangten in den *Bravo*- und *Musikmarkt*-Charts die vorderen Plätze. 1977 fanden sich allerdings nur noch drei deutsche Titel unter den ersten 20 Plätzen der Charts und 1978 war das Comeback des Schlagers wieder beendet (vgl. Herrwerth 1998, S. 82). Wirtschaftlich gesehen hatte der deutsche Schlager an Boden verloren (vgl. Pendzich 2008, S. 253). Erneut hatte der Schlager, wie es in den 60er Jahren schon passiert war, Ende der 70er Jahre seine Attraktivität für die Jugendlichen verloren (vgl. Herrwerth 1998, S. 83). „Der Schlager, Paradebeispiel einer musikalischen Gattung, die keinen anderen Zweck zu erfüllen beanspruchte, als den, zu unterhalten, war folgerichtig beliebtes Angriffsziel kulturkritischer Betrachtung“ (Herrwerth 1998, S. 87). Der Schlager wurde oftmals kritisch betrachtet und auf seine unterhaltende Funktion reduziert. Er hatte kein hohes Ansehen bei den Musikexperten, spielte jedoch zumindest bis in die Mitte der 70er Jahre eine große Rolle beim deutschen Publikum.

Im Gegensatz zum Schlager stand die Musik der Liedermacher, die es seit den späten 60er Jahren in Deutschland gab (vgl. Herrwerth 1998, S. 92). Die Liedermacher trafen in ihren Songs gesellschaftlich relevante Aussagen (vgl. Koch 1987, S. 243). Reinhard Mey war einer dieser Liedermacher, der in den 70er Jahren einer breiten Masse bekannt wurde (vgl. Herrwerth 1998, S. 93). Er schuf „[...] eine eigenständige populäre Liedform, die sich überwiegend am Text orientierte – Musik nicht zum Tanzen, sondern einzig und allein zum Hören“ (Herrwerth 1998, S. 95). Mithilfe von Reinhard Mey gelang einer neuen Gattung der Durchbruch (vgl. Herrwerth 1998, S. 95). Aufgrund der gesellschaftlichen Veränderungen gegen Ende der 60er Jahre suchten nun nicht mehr nur die Teenager, sondern auch die erwachsenen Hörer neue musikalische Ausdrucksformen (vgl. Herrwerth 1998, S. 95). Diese fanden sie in den auf Deutsch gesungenen Songs der Liedermacher.

Neben den gesellschaftskritischen Vertretern der Liedermacher gab es in Deutschland auch einige politische Rockgruppen zu Beginn der 70er Jahre, die mit ihren radikalpolitischen Texten das neue Genre des Politrock bildeten. Diese hatten zwar im Ausland keinen Erfolg, waren dafür aber in Deutschland sehr wichtig, da ihre musikalische Wirkung hauptsächlich vom Text abhing. Dazu

gehörten Bands wie z. B. Checkpoint Charlie und Ton Steine Scherben<sup>130</sup> (vgl. Büsser 2002, S. 33). Ton Steine Scherben „[...] waren die ersten wirklichen Rocker des deutschsprachigen Pop“<sup>131</sup> (Koch 1987, S. 52). Somit sind sie die Urväter der deutschsprachigen Rockmusik und wurden in den 80er Jahren die ersten Punkrocker Deutschlands genannt. Sie machten aggressiven und gleichzeitig einfachen Rock und spielten in der Tradition der Kinks und der Rolling Stones (vgl. Koch 1987, S. 52ff.) Rio Reiser<sup>132</sup> war der Sänger der Band Ton Steine Scherben und mit ihm „[...] erübrigte sich auch zum erstenmal die in den 70er Jahren beliebte Diskussion, ob die deutsche Sprache zu Rockmusik geeignet sei“ (Koch 1987, S. 57). Der deutsche Gesang von Rio Reiser kam so selbstverständlich daher, dass es nicht negativ auffiel, dass er auf Deutsch sang (vgl. Koch 1987, S. 57). Teilweise machte die Band radikale politische Aussagen in ihren Songs (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 32). Die Polit-Rock-Gruppen wollten dazu beitragen, „[...] bestehende linke Überzeugungen zu verfestigen und vielleicht den einen oder anderen aus dem Poplager in das Politlager zu holen“ (Wilholm 1999, S. 237). Für den Politrock waren radikalpolitische, deutschsprachige Texte charakteristisch, er orientierte sich am Klangidiom angloamerikanischer Musiker. Klangliche Innovationen sind bei dieser Musik nicht zu finden. Auch beherrschten viele Musiker ihre Instrumente nicht richtig (vgl. Siepen 1994, S. 46f.) Die Funktion des Politrocks wandelte sich im Laufe der Jahre. Anfangs war der Politrock ein Agitationsinstrument und die Jugendlichen, welche von der Gesellschaft frustriert waren, konnten sich mit dem Politrock identifizieren. Als von den Unruhen Ende der 60er Jahre nichts mehr zu spüren war, hatte sich der Politrock zu einer anachronistischen Erscheinung gewandelt. Es handelt sich beim Politrock, auch wenn er zum größten Teil aus dilettantischer Rockmusik bestand, um „[...] eines der frühesten Erzeugnisse spezifisch deutscher Rockmusik [...]“ (Siepen 1994, S. 48). Es gab auch Englisch singende Rockbands, wie z. B. Triumvirat, die eine Tournee durch die USA machte und eine Platzierung in den amerikanischen LP-Charts erhielt (vgl. Koch 1987, S. 171).

Die deutsche Popmusik in den siebziger Jahren sprach das gesamte subkulturelle Spektrum an. Bands wie Ton Steine Scherben wandten

---

<sup>130</sup> „Sie kreierte schon in den frühen Siebzigern teils kämpferischen Polit-Agit-Pop [...] und teils wunderbare, feinfühlig Balladen“ (Herrwerth 1998, S. 96).

<sup>131</sup> Koch verwendet hier den Begriff Pop im Sinne von populärer Musik.

<sup>132</sup> Nach der Auflösung der Band Ton Steine Scherben begann Reiser als Solosänger auf sich aufmerksam zu machen und hatte 1986 mit dem Song *König von Deutschland* in England Erfolg und erreichte Platz 27 der dortigen Charts (vgl. Wilholm 1999, S. 256).



sich an das politische Lager, Kraftwerk bediente mit ihrem Konzept-Pop ein kritisches Hochschul-Publikum, während Krautrockler wie Can das ideale Kiffer-Gemisch für die Hippies abgaben (Büsser 2002, S. 35).

Insgesamt gesehen war für jeden Musikgeschmack eine Musikgruppe zu finden. Das erste Rockalbum in deutscher Sprache hatte die Band Ihre Kinder veröffentlicht (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 611). „Die Definition Deutschrock wird mit der Band Ihre Kinder erst vollständig“ (Wilholm 1999, S. 199). Auch Marius Müller-Westernhagen und Udo Lindenberg waren in den 70er Jahren in Deutschland erfolgreich (vgl. Koch 1987, S. 70f.) Lindenberg<sup>133</sup> verhalf deutschsprachiger Rockmusik zum Durchbruch (vgl. Herrwerth 1998, S. 96).<sup>134</sup> Er spielte die Vorreiterrolle bei der Anerkennung deutschsprachiger Texte als Stilmittel und verwendete sprachwitzige Elemente (vgl. Siepen 1994, S. 56). Von seinem dritten Album *Alles klar auf der Andrea Doria* (1973) fühlten sich sowohl Jugendliche als auch die mittlerweile erwachsenen Anhänger der Beatmusik angesprochen (vgl. Herrwerth 1998, S. 96). Mit dieser LP hatte er seinen kommerziellen Durchbruch. An dieser Schallplatte kann man erkennen, dass die Aufnahmetechnik einem hohen Standard entspricht (vgl. Siepen 1994, S. 55). Dieser hohe Standard der Aufnahmetechnik trug zum Erfolg der Schallplatte bei. Lindenberg veröffentlichte auch fremdsprachige Alben, z. B. wurde die LP *No Panic* in Amerika und England veröffentlicht, diese floppte aber (vgl. Wilholm 1999, S. 179). Ende der 70er Jahre wurde Nina Hagen<sup>135</sup> bundesweit erfolgreich. Sie war neben Lindenberg<sup>136</sup> und Kraftwerk die einzige Musikerin, die Populärmusik auf Deutsch machte und gleichzeitig in West- und Ostdeutschland bekannt war (vgl. Koch 1987, S. 96). Die deutsche Sprache, die bis dahin von den Rockbands, wie z. B. den Rattles oder Lords, vermieden wurde, hatte Einzug in die Rockmusik gefunden. Aller-

---

<sup>133</sup> In Lindenberg's Texten „[...] spiegelte sich ein Lebensgefühl wider, das mit dem Mief der Nachkriegsära nichts mehr gemein hatte. Udo Lindenberg's Verse paßten nicht in das Deutschland der alten und neuen Nazis, [...] er stand für das Deutschland Heinrich Heines und Willy Brandts“ (Herrwerth 1998, S. 98).

<sup>134</sup> Seine erste LP enthielt noch englischsprachige Texte (vgl. Herrwerth 1998, S. 96). Die erste deutschsprachige LP *Daumen im Wind* kam 1972 heraus (vgl. Siepen 1994, S. 55).

<sup>135</sup> „Hagen became something of an enfant terrible in German rock music [...] with her blunt feminist lyrics and a commercially tested backup group“ (Larkey 2002, S. 240).

<sup>136</sup> Udo Lindenberg zeigte, dass man als Rockmusiker nicht zwingend politische Texte singen muss (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 33). Es gelang ihm „[...] im Alleingang, der einheimischen Popmusik den Schlager auszutreiben [...]“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 34). Er brachte als erster authentischen deutschsprachigen Rock auf Schallplatte (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 612).



dings blieb die Rockmusik mit deutschen Texten eine Randerscheinung (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 611).

Englischsprachige Rockmusik machte die Band Randy Pie, die u. a. aus ehemaligen Rattles-Mitgliedern bestand. Die Band tourte 1974 durch England (vgl. Wilholm 1999, S. 245f). Neben Nina Hagen war Inga Rumpf die bekannteste deutsche Rocksängerin. Sie arbeitete mit verschiedenen Musikern und Bands zusammen, ging auf Einladung des Goethe-Instituts auf Russland-Tournee und ihre Schallplatte *Inga* wurde in den USA veröffentlicht (vgl. Wilholm 1999, S. 262f.) Die Rockband Epitaph, deren Debütalbum *Epitaph* 1971 erschien, tourte in den USA und nahm als erste deutsche Band in den USA ihr drittes Album *Outside the law* auf (vgl. Wilholm 1999, S. 92). Die Mehrzahl der deutschen Rockmusikgruppen formierte sich zwischen 1967 und 1969 (vgl. Siepen 1994, S. 61). „Damit zeigte sich, daß sich die gesellschaftliche Aufbruchstimmung jener Jahre auch in den Bereich der Rockmusik fortgepflanzt hatte“ (Siepen 1994, S. 61).

In den 70ern spielte der Krautrock in Deutschland eine große Rolle. Allerdings erreichte diese Musik zeitversetzt Deutschland, in den USA und England begannen die psychedelischen Experimente schon Mitte der 60er Jahre. In Deutschland veröffentlichten die Krautrock-Gruppen ihre Schallplatten zwischen 1970 und 1974. Jedoch ist der Begriff Krautrock irreführend, da unter Krautrock nicht unbedingt Rockmusik im heutigen Sinne zu verstehen ist. Die Deutschen werden in der angloamerikanischen Umgangssprache *Krauts* genannt<sup>137</sup> und hieraus leitet sich der Begriff ab. Bands, die unter diesen Begriff fallen, sind z. B. Cluster, Guru Guru, Jane und Kraftwerk. Allerdings entfernten diese sich von gängigen Rockmustern, da diese Bands mit Elektronik und Klangcollagen experimentierten, was ein wesentliches Merkmal des Krautrock ist. Auch im Ausland erreichten die so genannten Krautrocker Erfolge, da es ihnen als einzigen gelang, „[...] eine musikalische Sprache zu finden, die international verstanden wurde und sich doch stilistisch von Bands aus den USA und England unterschied“ (Büsser 2002, S. 34). Bei dieser Musik dominierten Instrumente wie der Synthesizer, das Tonbandgerät und das Mellotron und es entstanden monotone Sounds (vgl. Büsser 2002, S. 32ff.) Zu den im Ausland erfolgreichen Krautrockern zählte auch Tangerine Dream, die in Europa Erfol-

---

<sup>137</sup> Das deutsche Nationalgericht Sauerkraut führte zu der Namensgebung Kraut, mit der die deutsche Musik anfangs lächerlich gemacht und abqualifiziert wurde (vgl. Longe- rich 1989, S. 27).

ge feierte und Konzerttourneen durch die USA machte, dort aber nicht den Durchbruch schaffte (vgl. Koch 1987, S. 171). Die Band wurde durch ihr zweites Album *Alpha Centauri* (1971) international bekannt, weil es in Amerika, Frankreich und Japan veröffentlicht wurde (vgl. Wilholm 1999, S. 293). Ihr fünftes Album *Phaedra* kam bei der englischen Schallplattenfirma Virgin heraus, nachdem Tangerine Dream dort 1973 einen Vertrag abgeschlossen hatte. In Großbritannien fand die Schallplatte große Beachtung (vgl. Wilholm 1999, S. 295). 1974 konzentrierte sich die Band fast vollends auf den englischen Markt und ging dort auf Tour. In Deutschland gab die Band dagegen nur zwei Konzerte. 1975 tourte Tangerine Dream u. a. durch Australien und Neuseeland, in den folgenden Jahren auch mehrmals erfolgreich durch viele andere europäische Länder (vgl. Wilholm 1999, S. 296f.) 1983 ging die Band dann in Japan auf Tour (vgl. Wilholm 1999, S. 300). Auch die Band Amon Düül<sup>138</sup> kam im Ausland gut an, sie ging auf Englandtournee und die ausländische Presse berichtete positiv über die Band (vgl. Wilholm 1999, S. 14). Die Krautrockband Can, die von 1968 bis 1978 existierte, war ebenfalls im Ausland erfolgreich und ging schon 1972 auf ihre erste Englandtournee (vgl. Wilholm 1999, S. 49). Die Band tourte außerdem durch Frankreich, Spanien, Portugal und Belgien, war im Ausland begehrter als in Deutschland und war nach Kraftwerk und Tangerine Dream die im Ausland umsatzstärkste deutsche Rockgruppe (vgl. Wilholm 1999, S. 50). Die Entwicklung der Rockmusik wurde durch Can nachhaltig beeinflusst und das Can-Erbe wurde vor allem in England gepflegt. Unüberhörbare Can-Bezüge sind bei Post-Punk-Bands wie New Order oder Joy Division zu hören (vgl. Wilholm 1999, S. 52). Für Can war kennzeichnend, dass ihre Songs einen unkonventionellen formalen Aufbau besaßen und für die damalige Zeit neue klangliche Effekte eingesetzt wurden (vgl. Siepen 1994, S. 23). Sogar bis in die heutige Zeit verkaufen sich einige Krautrock-Alben noch gut (vgl. Spatscheck u. a. 1997, S. 21). Fuchs-Gamböck und Schatz führen an, dass durch den Krautrock eine so lebendige, originelle und innovative Musikszene in Deutschland entstanden war, wie es sie nie vorher und nachher gegeben hatte. Diese existierte von 1968 bis 1977 und wurde dann von der Punkmusik abgelöst, die sich an die Stelle des Neuen Deutschen Rocks setzte (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 30). Dieser in Deutschland entstandene

---

<sup>138</sup> Genauer gesagt gab es die Formationen Amon Düül I und II. Amon Düül I war politisch engagiert und Uschi Obermeier war eins der Mitglieder, Amon Düül II legte dagegen ihre Priorität auf die Musik (vgl. Wilholm 1999, S. 12f.)

Krautrock ist ein Musikgenre, das es so in anderen Ländern nicht gab, unter Krautrock wurde also aus Deutschland kommende Rockmusik verstanden. Jedoch ist Bundgaard der Meinung, dass der Krautrock keinen Einfluss auf die dänische Musik hatte (vgl. Bundgaard 2005, S. 396). Anders als z. B. die amerikanische Rockmusik der 50er Jahre, die die weltweite Musikwelt beeinflusste und dazu führte, dass die Rockmusik sich in den anderen Ländern entwickelte, hatte der Krautrock keinen Einfluss auf andere Länder. Ausnahmen gab es aber, wie oben durch die Ausführungen über Can deutlich wurde. Deutsche Musik wurde im Ausland gerne gehört (vgl. Koch 1987, S. 171). Eloy ist eine Rockgruppe (Art-, Krautrock), deren englischsprachige Alben teilweise in den USA veröffentlicht wurden (vgl. Wilholm 1999, S. 78). Lake ist eine Band mit internationaler Besetzung (vgl. Wilholm 1999, S. 172). Ihre erste LP *Lake* verkaufte sich 200.000 Mal in den USA. Doch internationale Erfolge deutscher Rockbands blieben eine Ausnahme. Teilweise wurde die deutsche Rockmusik als sehr „kopflastig“ kritisiert und es schien bei den Bands eher eine intellektuelle Auseinandersetzung als Unterhaltung gefragt zu sein (vgl. Siepen 1994, S. 58). Die Meinungen, ob deutsche Rockmusik im Ausland in den 70er Jahren erfolgreich war, gehen somit auseinander. „Am Ende der Siebziger bot sich so ein völlig anderes Bild als noch am Ende der Sechziger. Mit Reinhard Mey, Udo Lindenberg und Kraftwerk war endlich, endlich Bewegung in Deutschlands Musikszene gekommen“ (Herrwerth 1998, S. 99). Die deutsche Sprache hatte sich in der Populärmusik etabliert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 35). Immer wieder wird betont, dass sich die deutsche Musik in den 70er Jahren eine eigene deutsche Identität schuf, z. B. durch die Punkmusik (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 9). Der Punk, aus London kommend, hielt Ende der 70er Jahre Einzug in die deutsche Musikszene. Zu Beginn der Punkmusik in Deutschland hielten sich die Musiker an die englischen Originaltitel, kopierten diese und sangen auf Englisch (vgl. Longerich 1989, S. 45). Doch schnell änderte sich dies und viele deutsche Musiker experimentierten mit diesem Sound und kopierten nicht nur, wie dies noch bis zum Beginn der 70er Jahre der Fall war, „[...] sondern Bands wie Malaria, die Neonbabies, Die Einstürzenden Neubauten oder Fehlfarben integrierten den wüsten Brit-Sound der späten 1970er lediglich in ihre eigene musikalische Welt, die von ihrem eigenen Lebensumfeld inspiriert war [...]“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 8). Für die Punkmusik in Deutschland waren deutsche Texte obligatorisch (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 8). Neben den Rock- und Punkgruppen gab es auch

noch weitere Genres, wie z. B. die Discomusik. International erfolgreich war die Discoband Boney M. Der Produzent Frank Farian gründete die Band 1975 und schrieb zusammen mit der Sängerin Liz Mitchell die englischsprachigen Songs für die Band. Mit Hits wie *Ma Baker*, *Rivers of Babylon* – der Song belegte ein Jahr lang den ersten Platz der deutschen Charts – oder *Daddy Cool* wurde Boney M auch international bekannt (vgl. <http://www.boney-m.com>). Auffällig ist, dass in den 70er Jahren sehr viele deutschsprachige Gruppen sowie Sänger und Sängerinnen im Ausland und in Deutschland erfolgreich waren. Die deutsche Musikszene ist sehr vielfältig geworden. Es verbesserten sich die technischen Möglichkeiten im Studio und die deutschen Toningenieure erreichten ein Niveau, mit dem sie international mithalten konnten. Es gab viele ausländische Bands, die ihre Schallplatten in deutschen Studios einspielten. Deutsche Bands waren im Ausland erfolgreich, weil die Musikszene in den USA und in England einen kreativen Tiefpunkt hatte und die deutschen Musiker mit originellen Eigenkompositionen erstmals eine Alternative zu den angloamerikanischen Musikern darstellten (vgl. Longerich 1989, S. 22). Im Vergleich zu Schweden ist auszuführen, dass man dort Anfang der 70er Jahre, genau wie in Deutschland, hauptsächlich in der Landessprache sang. In Deutschland gab es die Liedermacher, die auf Deutsch sangen, in Schweden gab es die schwedische Rockpoesie, deren Texte schwedischsprachig waren. Die Rockmusik der deutschen politischen Gruppen glich der progressiven Musikbewegung in Schweden, jedoch war die deutsche Musikbewegung nicht so gut aufgebaut und groß wie die schwedische (vgl. Eriksson 1975, S. 119). „Norge har kommet igång med sin progressiva musikrörelse senast i Norden“ (Eriksson 1975, S. 158). Somit zeigt sich hier, dass Schweden eine Vorreiterrolle innehat, da dort die progressive Musikbewegung zuerst entstand. Der politische Rock war nirgendwo so stark wie in Schweden. Ab 1974 gab es dann aber einen großen Unterschied: Die schwedischen Musiker sangen hauptsächlich auf Englisch, während die deutschen weiterhin in ihrer Muttersprache sangen. Beide Länder hatten mit ihrer Musik im Ausland Erfolg, jedoch hatten die Deutschen hauptsächlich mit deutschsprachiger und die Schweden ausschließlich mit englischsprachiger Musik Erfolg. Die Musiker, die auf Schwedisch sangen, hatten sich auf den schwedischen Musikmarkt ausgerichtet. In Deutschland war Deutsch nun als Sprache der Pop- und Rockmusik endgültig salonfähig geworden und dies zeigt sich auch in den nächsten Jahrzehnten. Deutlich geworden ist, dass in Deutschland, genau wie in Schweden, in den 70er Jahren die ersten größeren

Musikexporterfolge gelangen. Die Gruppe Kraftwerk stellte genau wie ABBA etwas Neues und Eigenes auf dem weltweiten Musikmarkt dar. Beide Bands unterschieden sich von den britischen und angloamerikanischen Bands dieser Zeit. Es zeigt sich, dass die Musikexporterfolge Deutschlands und Schwedens in unterschiedlichen Genres erfolgten. In Schweden waren die Exporterfolge größtenteils im Popbereich, in Deutschland im Rockbereich zu finden. In beiden Ländern existierten viele verschiedene Musikstile nebeneinander, die Musiklandschaft wurde immer vielfältiger. Auch stand in beiden Ländern die Amerikanisierung nicht mehr im Vordergrund und die Musik in Schweden und in Deutschland entwickelte ein eigenes Profil.

### 3.2.3.1 Kraftwerk

Florian Schneider und Ralf Hütter gründeten die Band Kraftwerk im Jahr 1968<sup>139</sup>, die bis 1970 allerdings noch den Namen Organisation trug. Während Schneider Querflöte studiert hatte, hatte Hütter zehn Jahre lang Klavier studiert und ein britisches Plattenlabel veröffentlichte 1969 eine LP in England, die schon den später typischen Kraftwerk-Sound besaß. 1970 wurde die Schallplatte *Kraftwerk 1* veröffentlicht, 1971 dann die LP *Kraftwerk 2*. Beides waren instrumentale Schallplatten (vgl. Koch 1987, S. 74). Die LP *Kraftwerk 1* erreichte den 30. Platz in den deutschen Charts und verkaufte sich über 50.000 Mal. Auch die LP *Kraftwerk 2* erlangte in den deutschen Charts mit Platz 36 eine gute Platzierung (vgl. Wilholm 1999, S. 162). „Durch häufige Live-Auftritte, [...] bei denen sie sich stets von einer alten Stehlampe mit drei biegsamen, vergilbten Pergamentschirmen bescheinen ließen, wurden sie zum Phänomen der bundesdeutschen Rockszenarie“ (vgl. Wilholm 1999, S. 162). Ende 1974 wurde das Album *Autobahn* veröffentlicht und nun folgten Erfolge im Ausland. Das Album erreichte 1975 Platz 5 der amerikanischen Charts<sup>140</sup>, auch in England erreichte das Album eine gute Chartplatzierung (Platz 25) und die Single *Autobahn*<sup>141</sup> gelangte auf Platz 10 (vgl. Wilholm 1999, S. 164). Die Single eroberte außerdem die Charts in Deutschland und Amerika (vgl. Koch 1987, S.

---

<sup>139</sup> In den 70er Jahren kamen zwei Bandmitglieder hinzu: Karl Batos und Wolfgang Flür (vgl. Koch 1987, S. 74).

<sup>140</sup> Das Album verkaufte sich in den USA über 500.000 Mal (vgl. Schröder 1980, S. 24).

<sup>141</sup> Der Song *Autobahn* kann als Klassiker bezeichnet werden und er war der erste große internationale Popsong aus Deutschland seit dem Song *Lilli Marleen* von Lale Andersen (vgl. Koch 1987, S. 75).



74). Kraftwerk ging daraufhin auf US-Tournee und gab Konzerte in England (vgl. Wilholm 1999, S. 164). Kraftwerk war die erste deutsche Band, die die amerikanische Hitparade mit deutschem Gesang eroberte (vgl. Koch 1987, S. 74). Das Album ist zwar deutschsprachig, jedoch ist der Textanteil auf ein Minimum beschränkt (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 612). Ihre Texte sind kurz und erinnern an Telegramme oder stenografische Notizen (vgl. Koch 1987, S. 77). Der deutschen Populärmusik verhalf Kraftwerk durch das Album *Autobahn* zum internationalen Durchbruch (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 612). „In den USA wurden die Kraftwerk-Musiker als Schrittmacher einer adäquaten zeitgenössischen Musik, die Rock mit Elektronik verschmilzt, gefeiert“ (Schröder 1980, S. 24). Und auch in den deutschen Charts wurde Kraftwerk schließlich mit dem Album erfolgreich, nachdem die Düsseldorfer in Deutschland zunächst nur belächelt worden waren und im Ausland mehr Schallplatten als in Deutschland verkauft hatten (vgl. Herrwerth 1998, S. 98). „Kraftwerk börjar nu alltmer bedömas som ett av de mest nyskapande och intressanta banden i världen under sjuttioalet“ (Rasmusson 1988, S. 135). Das nächste Album *Radio-Aktivität* war zwar nicht so erfolgreich wie das vorherige, erreichte aber trotzdem sowohl in Frankreich, England und den USA Platz 1 und in Deutschland Platz 22. Kraftwerk ging 1976 auf Europatournee. Die Band gewann viele Preise, z. B. den PopMusic Award, und war in Deutschland und im Ausland sehr beliebt, was mehrere Umfragen zeigten (vgl. Wilholm 1999, S. 165). Kraftwerk gab in den folgenden Jahren mehrere erfolgreiche Alben heraus, 1977 z. B. das Album *Trans Europe Express*, das die Dance-Kultur und den Hip-Hop beeinflusste (vgl. Frith/Straw/Street 2001a, S. xv). 1981 ging die Band auf eine halbjährige Welttournee u. a. durch die USA, Japan und England (vgl. Wilholm 1999, S. 166). Die Single *Das Model*, bei der es sich um eine Auskoppelung aus dem Album *Mensch-Maschine* (1978) handelte, erreichte 1982 Platz 1 in den englischen und Platz 7 in den deutschen Charts. Daraufhin entwickelte sich in England ein Kraftwerk-Boom, so dass plötzlich drei Alben gleichzeitig in den britischen Charts standen (vgl. Wilholm 1999, S. 167). Kraftwerk ist „[...] wohl die bis heute bekannteste Gruppe jener Zeit“ (Büsser 2002, S. 35). Sie wurde „[...] zum deutschen Pop-Export schlechthin“ (Büsser 2002, S. 35), nachdem sie ihr Image gewandelt hatte und von einer zeittypischen Psychedelic-Band zu einer Pop-Band geworden war (vgl. Büsser 2002, S. 35). Kennzeichnend für die Band Kraftwerk war, dass sie ohne Emotionen und ohne individuellen Ausdruck sang und ein Mensch-



Maschine-Image innehatte (vgl. Koch 1987, S. 77). Die Band hatte ein neues Verständnis von Musik und der Produktion von Musik, was sich schon allein durch den Bandnamen artikuliert. Die Bandmitglieder verstanden sich als Klangforscher und –arbeiter, die Musik entsprang einem „Herstellungsprozess“ und bei den Performances lag das Hauptaugenmerk auf den Musikmaschinen. Die Band verwendete die neueste Musikelektronik, wie z. B. Rhythmusmaschinen, sie spielte nicht mit der Hand Keyboard, sondern dies machte der Sequenzer (vgl. Koch 1987, S. 75). Kraftwerk hat also einen „Technikfetischismus“ (vgl. Koch 1987, S. 76). Der schwedische Verfasser Ludvig Rasmusson bezeichnet ihre Musik als „Industriell Folkmusik“ (vgl. Rasmusson 1988, S. 133). Die Band Kraftwerk hat seit den 70er Jahren eine große Bedeutung für die Musikgeschichte Deutschlands. Die musikalische Experimentierfreudigkeit Kraftwerks sorgte z. B. dafür, dass die Neue Deutsche Welle (NDW) entstand (vgl. Herrwerth 1998, S. 106). Außerdem steht es außer Zweifel, „[...] daß Kraftwerk eine der Bands aus unserem Lande ist, die wie keine andere neue Musikrichtungen im Bereich Dance und Elektronik beeinflusst hat und beeinflussen wird“ (Wilholm 1999, S. 167). Sie war die erste Band, die auf diese Weise mit Synthesizern experimentierte (vgl. Rasmusson 1988, S. 133). Kraftwerk gehört zu den beliebtesten Vorbildern in der Technoszene und ist der Vorläufer des Techno (vgl. Büsser 2002, S. 6). „Über Samples, der Verarbeitung der Musik von Kraftwerk, wird in der Techno-Szene an deren Pioniergeist assoziativ erinnert“ (Büser 2002, S. 6). Außerdem ist Kraftwerk die erste deutsche Band, die den internationalen Durchbruch schaffte, weltweit erfolgreich wurde und auch Musiker anderer Länder beeinflusste. Der *New York Times* zufolge ist Kraftwerk für die elektronische Dancemusik das, was die Band The Beatles für die Rockmusik war (vgl. Strauss 1997).

### **3.2.3.2 Scorpions**

Eine weitere im Ausland sehr erfolgreiche Band ist die Rockband Scorpions (vgl. Büsser 2002, S. 33). Die Band wurde 1965 von Rudolf Schenker in Hannover als Schüler-Beatband gegründet. Ende 1969/Anfang 1970 wechselte der Komponist und Sänger Klaus Meine von der Formation Copernicus zur Band Scorpions (vgl. <http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). Von Anfang an wurden englischsprachige Songs geschrieben (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 28), da die Band von Beginn an auch im Ausland

Erfolg haben wollte. Rudolf Schenke und Klaus Meine bildeten das kreative Autorenteam. Ihr erstes Album hieß *Lonesome Crow* (1972) und der Weg zu internationalem Erfolg wurde geöffnet. Die Band ging als Vorgruppe der britischen Rock-Formation UFO, Rory Gallagher und Uriah Heep auf Tour. In den 70er Jahren trat die Band in zahlreichen westeuropäischen Ländern wie z. B. in England auf. Sie veröffentlichte in den 70er Jahren mehrere Alben, u. a. das Album *In Trance* (1975), welches in Japan zum bestverkauften RCA-Album wurde. Sie tourte dort 1978 und erhielt mehrere Goldene Schallplatten in Japan (vgl. <http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). Auch in Deutschland selbst war die Band in den 70er Jahren sehr erfolgreich und ihr viertes Album *Virgin Killer* (1976) wurde dort z. B. zur LP des Jahres gewählt. 1979 versuchte die Band die USA zu erobern und ging als Eröffnungsakt von AC/DC, Aerosmith und Ted Nugent auf Tour, auf ihrer zweiten US-Tour war die Band Scorpions bereits Headliner. Ihre siebte LP *Lovedrive* wurde 1979 in den USA mit Gold ausgezeichnet. In den 80er Jahren war Scorpions weltweit fest als Hardrock-Band etabliert und hatte z. B. zeitgleich drei Alben in den US-Charts und tourte weltweit. Bands wie Metallica, Bon Jovi oder Iron Maiden spielten im Vorprogramm der Band Scorpions. Der Song *Loving You* „[...] entfacht bei den französischen SCORPIONS-Fans eine fast Beatles-mäßige Hysterie“ (<http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). Scorpions begründete zusammen mit Led Zeppelin in den 80er Jahren das Genre der Power-Rock-Balladen. Ihr erfolgreichster Hit ist *Wind of Change*<sup>142</sup>, der 1989 weltweit der Soundtrack zum Niedergang des Kommunismus und zur Öffnung des Eisernen Vorhangs wurde, also zur Hymne zum Fall der Berliner Mauer. Der Song war 1991 der weltweit erfolgreichste Song und war Nummer 1 in elf Ländern. In den 90er Jahren tourte die Band durch die USA, Südamerika, Asien und Europa und gehörte weiterhin zu den erfolgreichsten Rockbands der Welt. 1999 war zum ersten Mal auch ein deutschsprachiger Titel auf einem ihrer Alben zu hören. Im Jahr 2000 veröffentlichte die Band zusammen mit den Berliner Philharmonikern eine Cross-Over-CD und 2004 ein weiteres Rockalbum, *Unbreakable*, das zwanzigste Album der Scorpions (vgl. <http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). „Die Songs und Texte der SCORPIONS sprechen globale Themen an und spiegeln das internationale Lebensgefühl wider“ (<http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). Scorpions bezeichnet

---

<sup>142</sup> Die Band Scorpions nahm sogar eine russische Version des Songs auf (vgl. <http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>).

ihre Musik als melodischen Hardrock (vgl. Schröder 1980, S. 45). Merkmale des Hardrock sind das verstärkte Einsetzen von Verzerrungsgeräten, ein aggressiver Gesang, die Beachtung eines schnellen 4/4 Taktes und eine hohe Lautstärke (vgl. Siepen 1994, S. 57). Der Sänger Klaus Meine hat eine sehr markante Gesangsstimme, die u. a. ein Erkennungszeichen der Band ist (vgl. Siepen 1994, S. 58). Scorpions ist die einzige deutsche Rockband, die seit über 35 Jahren kontinuierlich an ihrer internationalen Karriere arbeitet. Auch in den letzten Jahren war die Band noch extrem erfolgreich und spielte 2008 in den USA, Dubai, England, Frankreich, Indien, Russland, Brasilien oder Mexiko. Die Band hat über 100 Millionen Tonträger verkauft und unzählige Gold- und Platinauszeichnungen erhalten. Sie verkündete, dass sie sich nach ihrer letzten Welttournee, die alle fünf Kontinente umfassen soll, 2012 auflösen werde (vgl. <http://www.the-scorpions.com/german/history.asp>). Diesen Rücktritt hat die Band mittlerweile zurück genommen und ist weiterhin aktiv.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Band Scorpions seit den 70er Jahren zu den bedeutendsten deutschen Musikexporteuren gehört. Martin fügt an, dass die Band Scorpions im Ausland sogar erfolgreicher als in Deutschland selbst ist (vgl. Martin 2001, S. 103). Im Gegensatz zu Kraftwerk singt die Band auf Englisch. Es gibt somit sowohl deutsche Bands, die mit englischsprachigen, als auch Bands, die mit deutschsprachigen Texten im Ausland erfolgreich sind. Die Bands gehören unterschiedlichen Genres an, deutsche Musikexporteure sind sowohl mit klassischen Rock- als auch mit Krautrocksongs erfolgreich.

### **3.2.3.3 Nina Hagen**

1955 wurde Catharina Hagen in Ost-Berlin geboren. Bevor sie 1976 die DDR verließ, hatte sie dort nach einer Ausbildung im Zentralen Studio für Unterhaltungsmusik ihre eigene Band Automobil gegründet (vgl. Wilholm 1999, S. 126). Ihr erfolgreichster Hit in dieser Zeit war *Du hast den Farbfilm vergessen* (1973). Nina Hagen war in der DDR eine erfolgreiche Schlagersängerin (vgl. Herrwerth 1998, S. 105) und hatte dort Kultstatus erreicht (vgl. Koch 1987, S. 96). Nachdem sie die DDR verlassen hatte, ging sie zunächst nach London, wo sie Kontakte zu verschiedenen Punk- und Raggae-Bands knüpfte und kurzfristig mit der Frauenband The Slits zusammenarbeitete. Sie ging danach zurück nach West-Berlin und trat dort 1977 mit ihrer neuen Band, die aus vielen ehe-

maligen Mitgliedern von Lokomotive Kreuzberg<sup>143</sup> bestand, auf (vgl. Wilholm 1999, S. 126). Nina Hagen erregte Ende der 70er Jahre Aufmerksamkeit in den Medien. Als Gast in der Münchenhagen-Talkshow<sup>144</sup> streckte sie dem Publikum die Zunge heraus (vgl. Koch 1987, S. 95), was zu der Zeit für große Aufregung sorgte. „Sie wußte, daß eine ausdrucksstarke Stimme kein Erfolg ist, daß vielmehr flotte Sprüche, kleine Skandälchen und exotische Attitüden dafür sorgen, nicht vergessen zu werden“ (Wilholm 1999, S. 128). Sie absolvierte Testauftritte in Berlin, es gab erste Fernsehporträts und im Herbst 1978 wurde dann ihre Debüt-LP *Nina Hagen Band*<sup>145</sup> veröffentlicht, die nur gute Kritiken bekam (vgl. Koch 1987, S. 95). Die öffentlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten boykottierten Nina Hagen allerdings, da sie ihre Texte für jugendverderbend und zu obszön hielten (vgl. Schröder 1980, S. 190). Nina Hagen sang z. B. „Ich bin nicht deine Fickmaschine / Spritz, spritz, das ist ein Witz“ (Wilholm 1999, S. 127). Die Nina Hagen Band brachte frischen Wind in die Rocklandschaft in Deutschland (vgl. Wilholm 1999, S. 126). „Noch nie hatte es einen solchen Medienrummel um eine Rockband in Westdeutschland gegeben“ (Koch 1987, S. 95). Ihre Clubtournee durch die BRD musste dann auch in größere Hallen verlegt werden, da der Publikumsandrang zu groß war. Sie absolvierte weitere TV-Auftritte, z. B. 1979 im Rockpalast, oder auch im französischen und holländischen Fernsehen (vgl. Koch 1987, S. 95). Die beiden Debütalben der Nina Hagen Band wurden jeweils mit Gold<sup>146</sup> ausgezeichnet, also mehr als 250.000 Mal verkauft (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 34). „Nina und ihre Mannen kreierte einen Stil ironisch überdrehter Rockmusik, wie es ihn zuvor in Deutschland noch nie gegeben hatte“ (Herrwerth 1998, S. 105). 1979 ging Nina Hagen auf eine 16-Tage-Tournee durch u. a. Kopenhagen, Paris und Amsterdam (vgl. Wilholm 1999, S. 127). Außerdem trennte sie sich 1979 von ihrer Band und machte solo weiter (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 34). Nina Hagen wollte eine Weltkarriere und ging daher 1982 auf Tour in Kanada, den USA und England (vgl. Wilholm 1999, S. 129). Oftmals

---

<sup>143</sup> Lokomotive Kreuzberg war ein Polit-Rock-Kabarett, das 1972 gegründet wurde. Später bezeichnete es sich als Rock'n'Roll-Theater (vgl. Wilholm 1999, S. 186).

<sup>144</sup> „Mit ihren rotzfrechen Sprüchen und schnoddrig-direkten Kraftausdrücken wurde Nina Hagen durch Münchenhagens Talkshow bundesweit bekannt“ (Schröder 1980, S. 189).

<sup>145</sup> „Auf ihrem Debüt-Album *Nina Hagen Band* zeigt sie ein Rock-Kontrastprogramm, das eine ähnliche Parallele wohl nur noch bei Udo Lindenberg findet“ (Schröder 1980, S. 190).

<sup>146</sup> Auch in Holland erhielt die Nina Hagen Band für ihr Debütalbum Gold (vgl. Schröder 1980, S. 190).

gab sie auch englischsprachige Versionen ihrer Alben heraus. Sie erreichte in Italien die Spitze der Charts (vgl. Herrwerth 1998, S. 106). Ab ihrer dritten Schallplatte verkauften sich die Schallplatten, im Gegensatz zu ihren ersten beiden Musikalben, mäßig. (vgl. Koch 1987, S. 94). Ihr 1983 herausgegebenes Album *Angstlos*, bei dem es sich um ihr zweites Soloalbum handelte, erreichte z. B. Platz 24 der deutschen Charts und war Wilholm zufolge ein Verkaufserfolg. Nachdem sie weitere Alben veröffentlicht hatte, ging sie 1989 auf eine Europa-Tournee (vgl. Wilholm 1999, S. 130f.) „Wirkliche Erfolge hatte sie nur im befreundeten Ausland, etwa bei einem Open Air in Rio de Janeiro, wo sie als die ‚Punkhexe aus Germany‘ eine Viertelmillion magiegläubige Brasilianer verhexte“ (Koch 1987, S. 94f.) 1997 sang sie mit Thomas D., Mitglied bei den Fantastischen Vier, auf dessen Soloalbum einen Song, der als Single erfolgreich war (vgl. Wilholm 1999, S. 132). Sie ist noch heute eine vielbeachtete Sängerin und Bereicherung der Medienwelt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 34).

Warum war Nina Hagen so erfolgreich? Auf der einen Seite hatte sie kaum Konkurrenz und auf der anderen Seite sorgte ein Bandmitglied, Jim Rakete<sup>147</sup>, für ein perfektes Marketing (vgl. Koch 1987, S. 96). „Sein Name steht mehr oder weniger für den Anfang eines professionellen Rockmanagements in Westdeutschland“ (Koch 1987, S. 96). Seine Marketingfeldzüge überließen nichts dem Zufall (vgl. Koch 1987, S. 96). Nina Hagen war sehr talentiert, ihr Markenzeichen war ihre Fünf-Oktaven-Stimme und ihre „durchgeknallte“ Art. Ihre Musik war eine Mischung aus Punk, Rock, Oper und Reggae (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 34). Ihr Gesang war bemerkenswert. „Sie konnte vom Koloratursopran übergangslos in schneidenden aggressiven Rock umschalten, konnte gurren, um im selben Moment dem ahnungslosen HiFi-Hörer die Tonrillen um die Ohren zu schleudern“ (Koch 1987, S. 97). Ihr äußeres Erscheinungsbild orientierte sich am Punk (vgl. Herrwerth 1998, S. 105). „I Sverige är hon mest känd för sin extrema scenstil och sina extrema kläder. Hon sjunger mycket bra med en fantastisk och flexibel röst“ (Rasmusson 1988, S. 161). Nina Hagen hatte Anleihen beim Punk und war auch dafür mitverantwortlich, dass die NDW entstand (vgl. Herrwerth 1998, S. 106).

Nina Hagen ist ein weiteres Beispiel für eine deutsche Sängerin, die auch im Ausland Erfolge feierte. Ihre Musik ist der Punkmusik zuzuordnen, es wird

---

<sup>147</sup> Später vermarktete er Nena und seine Vermarktungsstrategien umfassten u. a. Nena-Frisuren oder Nena-Kosmetik (vgl. Koch 1987, S. 96).



somit abermals deutlich, dass in den 70er Jahren verschiedene Musikgenres in Deutschland beliebt waren und Musiker der unterschiedlichsten Genres im Ausland Erfolge feierten. Im Unterschied zu den 50er und 60er Jahren handelt es sich hierbei um Bands und Musiker, die meist etwas Eigenes und Neues kreierten. Nina Hagen ist ein gutes Beispiel dafür, insofern in ihrer Karriere deutlich wird, dass das Marketing für den Erfolg eine wichtige Rolle spielt.

### 3.2.4 80er Jahre

„Hast du etwas Zeit für mich,  
singe ich ein Lied für dich,  
von 99 Luftballons  
auf ihrem Weg zum Horizont.  
Denkst du vielleicht grad an mich?  
Dann singe ich ein Lied für dich  
von 99 Luftballons  
und dass so was von sowas kommt.“  
Nena *99 Luftballons* (1983)

Die 80er Jahre wurden in Deutschland musikalisch vor allem durch die NDW geprägt. Sie ist aus der Punkmusik, die Ende der 70er Jahre aus den USA und England nach Deutschland kam, entstanden (vgl. Larkey 2002, S. 239). Da die Punkmusik oft politische Inhalte hat oder die gesellschaftliche Situation thematisiert, hatte die NDW anfangs durchaus eine politische Dimension und die Musiker der Untergrundbewegung nahmen zu gesellschaftlichen Themen Stellung (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 49). Sie hatten „[...] auf ihre Art die neue Freiheit des Punk übernommen [...]“ (Büsser 2002, S. 56). Anfangs war die NDW Ausdruck einer Ablehnung des Starkults sowie einer subkulturellen Bewegung und des Kampfes gegen den Kommerz (vgl. Longerich 1989, S. 112). Andreas Dorau, ein bekannter Musiker der NDW, betont, dass man von zwei Neuen Deutschen Wellen sprechen kann. Diese erste ging von 1979 bis Ende 1981 und war künstlerischer und nicht kommerziell orientiert wie die zweite NDW, die von 1982 bis 1984/85 existierte. In der Anfangsphase der ersten NDW ignorierte die Schallplattenindustrie die NDW (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, 54). Die Band Fehlfarben hatte einen Anteil daran, dass die Industrie dann doch an deutschsprachigen Songs Interesse zeigte. Sie kam 1980 mit einer Single und ihrem Album in die Charts. Von der Underground-



Szene wurde der Band Verrat vorgeworfen, da ihre Schallplatten vom Majorlabel EMI herausgegeben wurden und diese Chartplatzierungen erhielten (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 9). Ab 1982 erkannte die Schallplattenindustrie endgültig, dass man mit den deutschsprachigen Songs Geld verdienen konnte (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 54). Diese zweite Welle war sehr kommerziell (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 48) und die Songs wurden unter dem Signet der NDW vermarktet (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 9). Es wurden ganz unterschiedliche Künstler, wie z. B. Markus, Nena, D.A.F., Joachim Witt, UKW, Hubert Kah oder die bayerische Rock'n'Roll-Band Spider Murphy Gang, unter Vertrag genommen. Die Hauptsache war nicht das Genre, welchem die Musiker zuzuordnen waren, sondern einfach, dass sie Deutsch sangen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 9). Es handelte sich bei der NDW somit um eine Musikbewegung (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 36). Die Songs der kommerziellen NDW sind Büsser zufolge als eine Renaissance des Schlagers anzusehen mit Musikern wie z. B. Nena, Markus und der Spider Murphy Gang und somit musikalisch so harmlos wie die Songs der 50er und frühen 60er Jahre (vgl. Büsser 2002, S. 56). Somit wurde die NDW „[...] zum Etikett für netten deutschen Pop, zu dem am Ende auch Oma und Opa schunkeln konnten“ (Büsser 2002, S. 57). Jedoch distanzierten sich viele Musiker der NDW, wie Inga Humpe, von der Schlagermusik und wollten nicht, dass ihre auf Deutsch gesungenen Songs der NDW mit der Welt des Schlagers verknüpft wurden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 52). Ein entscheidendes Merkmal der NDW war, dass alle Texte auf Deutsch gesungen wurden. Durch die NDW wurde die deutsche Sprache in den Pop-Kontext integriert und es kam zu einem außerordentlich großen Erfolg der NDW (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 52). Da in der Muttersprache gesungen wurde, entwickelte sich ein „sprachliches Nationalbewusstsein“ (vgl. Longerich 1989, S. 3). Man ging nun selbstverständlicher mit der deutschen Sprache um (vgl. Longerich 1989, S. 114). Die Musiker der NDW hatten etwas Neues erschaffen und coverten keine Songs aus den USA oder England<sup>148</sup> (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 52). Die NDW war eine eigenständige Musikbewegung, die vom angloamerikanischen Mainstream unabhängig war (vgl. Herrwerth 1998, S. 106). Da aber die deutschen Schallplattenfirmen eine sehr drastische Ver-

---

<sup>148</sup> Auch der Trio-Schlagzeuger Peter Behrens betont: „Dass wir nicht mehr auf das englische und amerikanische Rock-Business geschielt haben, das ist für mich das Wichtigste an der NDW“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 52).

marktungsstrategie hatten und so gut wie jeden unter Vertrag nahmen, der Deutsch sang, kam es schnell zu einem Überangebot und einer Übersättigung (vgl. Herrwerth 1998, S. 119). Niemand, weder die Konsumenten noch die Schallplattenfirmen, überblickten noch die einheimische Musikszene (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 9). Während sich zu Hochzeiten der NDW, 1982, noch jeweils acht Singles und LPs der NDW unter den besten 20 der Jahrescharts befanden, war dort 1984 keine einzige Single und nur noch eine einzige LP zu finden (vgl. Herrwerth 1998, S. 119). 1984 waren die Absätze so gering, dass man schon 1984 vom Ende der NDW sprechen konnte, 1985 gab es nur noch einige wenige Musiker, wie Nena oder Trio, die Hits landeten (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 10). Auch die Medien berichteten spätestens ab 1985 nicht mehr über die NDW, sondern konzentrierten sich auf Musiker aus den USA und Großbritannien, wie z. B. Joe Cocker, Michael Jackson, Madonna oder Phil Collins (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 58).

Nach dem Abebben der NDW konnten sich aber trotzdem noch viele auf Deutsch singende Musiker behaupten (vgl. Herrwerth 1998, S. 120). Während der Schlager von der NDW und den internationalen englischsprachigen Songs aus den Charts gedrängt worden war, so dass er in der deutschen Musiklandschaft keine große Rolle mehr spielte, war der Deutschrock weiterhin erfolgreich (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 59). Dieser wurde nach der NDW-Zeit, also ab Mitte der 80er Jahre, zum dominierenden, deutschsprachigen Genre (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 59). Es gab z. B. die erfolgreichen Deutschrocker Westernhagen, Grönemeyer<sup>149</sup> und Maffay oder die Band BAP. Jedoch bedeutete deren Musik keine Fortentwicklung, „[...] sondern einen Stillstand, der in die Vergangenheit der Rockgeschichte schielte“ (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 58). Es wurden durch den Deutschrock keine neuen, musikalischen Impulse geliefert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 59).

Es entstanden weitere aus der Punkrichtung kommende Bands, die in den 80ern sehr erfolgreich waren und es sogar bis heute noch sind: Die Ärzte und die Toten Hosen. Diese boten eine Alternative zum althergebrachten Deutschrock (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 68). Die Berliner Band Die Ärzte machte anfangs eine Mischung aus deutschsprachigem Pop und Punk. Kennzeichnend

---

<sup>149</sup> 1984 hatte Grönemeyer seinen Durchbruch mit dem Album *Bochum*, das sich 79 Wochen auf Platz 1 der deutschen LP-Charts hielt (vgl. Wilholm 1999, S. 117). Es wurde sogar versucht, seine Songs im Ausland auf den Markt zu bringen und drei Songs wurden extra ins Englische übersetzt, dies kam jedoch bei den englischsprachigen Musikfans nicht gut an (vgl. Wilholm 1999, S. 118).

für Die Ärzte ist ihre „(selbst)ironische Spaß-Haltung“ (vgl. Martin 2001, S. 7). Aus der Punkrichtung kam auch die Band Die Toten Hosen, die zum eher gemächlichen Deutschrock eine Alternative bot (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 65). Die Ärzte und Die Toten Hosen waren eher bei einem jüngeren Publikum beliebt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 66). „Beide Bands zeigten in den 80er Jahren, wie man frisch, frech, unprätentiös, einfach und direkt ohne den historischen Ballast der glorreichen musikalischen Vergangenheit Rock spielen konnte“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 68). Auf beide Bands wird im Folgenden noch genauer eingegangen, da sie durchaus auch Erfolge im Ausland feiern konnten. Auch Die Goldenen Zitronen sorgten in den 80er Jahren mit ihrer Punkmusik für Aufsehen.

Bedeutsam ist, dass Deutschland in den 80er Jahren zusammen mit Japan den zweitgrößten Schallplattenmarkt hatte und man somit in Deutschland mit deutschsprachiger Popmusik kommerziell sehr erfolgreich sein und sich seinen Lebensunterhalt verdienen konnte. Man war nicht auf Erfolge im Ausland angewiesen (vgl. Koch 1987, S. 242). Dennoch versuchten einige Musiker im Ausland erfolgreich zu werden. Um international mithalten zu können, fehlte es den deutschen Bands in den 80er Jahren nicht mehr an Handwerkszeug (vgl. Koch 1987, S. 178).

Einen Popsong schreiben, der formale Bedingungen erfüllt – modernes Arrangement und Sound, gute Ohrwurmmelodie oder Hookline, Rhythmus zum Tanzen etc. –, war seit den 70er Jahren mit Schwedens ABBA und spätestens Anfang der 80er mit dem neuen deutschen Frolleinwunder Nena nicht mehr das Problem. Das andere Problem war bisher die fehlende Business-Mentalität der westdeutschen Popmusiker und ihres Managements. Mit Jim Rakete und seiner Fabrik gehörte nun auch dieses Defizit der Vergangenheit an (Koch 1987, S. 178).

Besonders Nena, wie in Kapitel 3.2.4.2 noch gezeigt wird, war international erfolgreich und zeigte, dass deutsche Popmusik in den 80er Jahren international eine Chance hatte. Von ihr stammt auch das Songtextzitat am Anfang dieses Kapitels. Die deutschen Musiker waren nun in der Lage, Popsongs zu schreiben, die international mithalten konnten und sich von der angloamerikanischen Musik nicht mehr durch das musikalische Handwerk oder den Inhalt ihrer Texte unterschieden. Auch im Bereich des Marketings und der Promotion konnte die deutsche Musikindustrie nun mithalten. Deutsche Popmusik hatte also international eine Chance (vgl. Koch 1987, S. 181). Die deutsche Popszene fand in den 80er Jahren Anschluss an Amerika (vgl. Koch 1987, S. 177). Einzig al-

lein durch die Sprache unterschied sich die deutsche von der angloamerikanischen Musik. Gleich mehrere auf Deutsch singende Bands waren in den USA erfolgreich. Bands, wie z. B. die Doraus, Einstürzende Neubauten, Mekanik Destruktiv Komandöh, Palais Schaumburg, die Frauenband Malaria<sup>150</sup> und die Marinas, wurden von dem deutschstämmigen Besitzer des Nachtclubs Danceteria in New York in die USA geholt und engagiert. Er begründete dies damit, dass die amerikanischen und englischen Bands alle gleich klangen und kaum zu unterscheiden wären. Im Gegensatz dazu „tönt“ die deutschen Bands allesamt anders (vgl. Koch 1987, S. 172). Larkey begründet den Erfolg deutschsprachiger Musik damit, dass durch die Verbindung von deutschen Texten mit angloamerikanisch-inspirierter Musik eine neue deutsche musikalische Identität entstanden sei. Durch die deutsche Sprache wurde die deutsche von der englischen Musik differenziert. „The switch to German lyrics has transformed globally distributed music like hip-hop, punk, rock and roll, and other Anglo-American styles into something socially, ethnically, and territorially German“ (Larkey 2002, S. 249). Viele deutsche Bands reisten in den 80ern als Touristen in die USA ein und versuchten, an Auftritte zu kommen (vgl. Koch 1987, S. 172). Auch Kraftwerk konnte in den USA Erfolge feiern. Ende der 80er Jahre wurde Kraftwerk von der schwarzen Discoszene in Chicago und Detroit wieder entdeckt und sie wurde „als Pioniere der House-Musik“ gefeiert (vgl. Büsser 2002, S. 35). Die Band Spliff, 1980 hervorgegangen aus Mitgliedern der Nina Hagen Band, hatte internationales Format. Sie spielte in mehreren europäischen Städten und eine englischsprachige Version der LP 85 555 wurde von CBS Amerika 1983 veröffentlicht (vgl. Wilholm 1999, S. 286ff.) Auch auf Englisch singende Bands wie die aus Münster stammende Band Alphaville oder die aus Köln stammende Band Propaganda schafften es, mit ihren Songs in die internationalen Hitparaden zu gelangen (vgl. Longerich 1989, S. 230). „Alles in allem und unabhängig von Sprachversionen spielte deutsche Rock/Pop-Musik und erst recht der deutsche Schlager auf internationaler Bühne bis Anfang der 90er Jahre eine marginale Rolle“ (Penzich 2004, S. 286). Dieser Meinung von

---

<sup>150</sup> Malaria tourte 1981 durch die USA (vgl. Koch 1987, S. 173). „Sie hatten Erfolg, denn sie gaben der Hipszene, die immer begierig ist auf neue Kicks, was sie wollte. Die Fotografen konnten Fotos der schwarzgekleideten exotischen Malariafrauen mit einer roten Nelke seitlich auf der Brust machen und die In-Crowd hatte etwas, worüber sie bis zum nächsten Night-Clubbing reden konnten. Zum Beispiel über das Deutsche der Band, die quasi militärische hypnotische Ausstrahlung, die vom schwarzen Einheitslook, von der düsteren monotonen Endzeitatmosphäre ihrer Stücke und vom Ernst der fast rituellen Auftritte ausging“ (Koch 1987, S. 173).

Pendzich kann nicht uneingeschränkt zugestimmt werden. Wie in diesem und auch in Kapitel 3.2.3 schon dargestellt wurde, gab es nun im Vergleich zu den 50er und 60er Jahren immer mehr im Ausland erfolgreiche deutsche Bands. Vor allem die Band Kraftwerk beeinflusste auch ausländische Musiker und somit kann die internationale Rolle der deutschen Musik nicht als marginal bezeichnet werden, dafür gab es schon zu viele im Ausland erfolgreiche Bands, die nicht mehr nur kopierten, sondern durchaus etwas Eigenes schufen. Natürlich dominierten weiterhin angloamerikanische Musiker den internationalen Markt, aber man konnte schon in den 80er Jahren erkennen, dass die deutschen Musiker immer erfolgreicher auf dem internationalen Markt wurden. Jedoch konzentrierten sich die meisten deutschen Musiker in den 80er Jahren auf den deutschen Markt.

Kennzeichnend für die 80er Jahre war, dass die deutsche Sprache wieder eine enorme Bedeutung für die Musiker bekommen hatte. „In den achtziger Jahren war in der BRD eine Generation herangewachsen, die, im Gegensatz zu den Generationen davor, keine Hemmungen mehr hatte, sich der deutschen Sprache als Ausdrucksmittel zu bedienen“ (Herrwerth 1998, S. 130). Auch der Umsatz an Tonträgern zeigt dies. Während 1970 die deutschsprachige Musik nur zehn Prozent des Tonträgerumsatzes ausmachte, betrug der Anteil deutschsprachiger Musik Ende der 80er Jahre mehr als das Doppelte (vgl. Herrwerth 1998, S. 131). Koch bezweifelt Ende der 80er Jahre, dass deutschsprachige Musik auf dem englischsprachigen Weltmarkt in der Zukunft eine Chance hat und prophezeit, dass deutschsprachige Texte im Ausland eher die Ausnahme bleiben werden (vgl. Koch 1987, S. 181). Dass er mit seiner Prognose Unrecht hat, wird in den folgenden Kapiteln herausgestellt werden.

Im Vergleich zu der schwedischen Musikgeschichte zeigen sich deutliche Unterschiede. Es gab zwar auch in Schweden in der Heimatsprache gesungene Rock- und Popmusik, jedoch ging man in Schweden dazu über, hauptsächlich auf Englisch zu singen, während man in Deutschland hauptsächlich auf Deutsch sang. Wie schon erwähnt, wurden in Deutschland die 80er Jahre von der NDW beherrscht, die es in Schweden nicht gab, da diese ein deutsches Phänomen war. In Schweden war die Populärmusik sehr rocklastig, die angloamerikanischen Bands waren in der Überzahl und insgesamt waren die 80er Jahre, mit Ausnahme mehrerer erfolgreicher, schwedischer Musikexporteure, eher unspektakulär. Die Schweden orientierten sich also international, mehrere Bands hatten internationalen Erfolg und die Beeinflussung durch die USA und



Großbritannien zeigte sich ein weiteres Mal. In Deutschland war man aufgrund des größeren Heimatmarktes nicht auf Erfolge im Ausland angewiesen, so dass die deutschen Bands ihren Schwerpunkt darauf legten, in Deutschland selbst erfolgreich zu werden. Den schwedischen Bands war es wichtig, mit den angloamerikanischen mithalten zu können, die deutschen konzentrierten sich auf den deutschen Musikmarkt. Ein Musikexporterfolg gelang dennoch mehreren deutschen Musikern, da man sich durch die Verwendung der deutschen Sprache von der angloamerikanischen Musik und von den schwedischen Musikexporteuren unterschied. Sowohl die unterschiedliche Verwendung der Sprache als auch die Konzentration auf den Heimatmarkt bzw. den internationalen Markt zeigen, dass sich Schweden und Deutschland in den 80er Jahren in zwei wesentlichen Punkten unterschieden, die einen Hinweis auf den Grund für die unterschiedlichen Musikexporterfolge der beiden Länder geben.

#### **3.2.4.1 Modern Talking**

Die Band Modern Talking bestand aus Dieter Bohlen und Thomas Anders, der eigentlich Bernd Weidung heißt. Dieter Bohlen wurde 1954 in Oldenburg geboren und arbeitete nach seinem Studium der Betriebswirtschaft bei dem Musikverlag Intersong in Hamburg (vgl. Bohlen 1989, S. 5). Ab 1980 war er Produzent bei der Schallplattenfirma Hansa. So sang z. B. Bernd Clüver 1983 beim Grand Prix Eurovision de la Chanson einen von Dieter Bohlen komponierten Titel, mit dem er bei der Vorentscheidung den dritten Platz belegte. Außerdem versuchte Bohlen als Solokünstler erfolgreich zu werden. Unter dem Pseudonym Steve Benson gab er drei englischsprachige Singles heraus, die es aber nicht in die Charts schafften, so dass Bohlen dieses Projekt 1981 auflöste. Ab 1982 veröffentlichte Dieter Bohlen als Musikproduzent zusammen mit dem Schlagersänger Thomas Anders sechs deutschsprachige Singles, die aber erfolglos blieben. Er gründete daraufhin zusammen mit Anders das Duo Modern Talking (vgl. <http://www.dieter-bohlen.net/erfolge.htm>). 1984 wurde die Single *You're my Heart, Your're my Soul* herausgegeben und damit begann die Erfolgsgeschichte von Modern Talking (vgl. Bohlen 1989, S. 6). Der Song erreichte Platz 1 der deutschen Charts und wurde zu einem Welthit (vgl. Anders 2011, S. 131f.) Weitere erfolgreiche Singles waren z. B. *Cheri Cheri Lady*, *Brother Louie* und *You Can Win If You Want*. Auch gab Modern Talking



mehrere LPs heraus, z. B. *The First Album*<sup>151</sup>, *Ready for Romance* oder *Romantic Warriors*. Die Schallplatten waren alle in den Charts erfolgreich und dies nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland (vgl. Bohlen 1989, S. 6). So war das Duo nicht nur in den europäischen Charts, sondern auch in den afrikanischen und asiatischen Charts erfolgreich (vgl. <http://www.dieter-bohlen.net/erfolge.htm>). Dieter Bohlen erhielt zahlreiche Auszeichnungen und wurde z. B. 1985 und 1986 zum erfolgreichsten deutschen Komponisten, Texter und Produzenten gewählt (vgl. Bohlen 1989, S. 6). 1987 kam es zur Trennung von Modern Talking (vgl. Anders 2011, S. 171). Beide, Thomas Anders und Dieter Bohlen, waren nach der Trennung als Solokünstler erfolgreich. Anders ging z. B. 1990 auf eine Russland-Tournee und spielte dort 38 Shows in sechseinhalb Wochen (vgl. Anders 2011, S. 191). Bohlen arbeitete nach der Trennung als Songwriter und Produzent für andere Interpreten, z. B. für C. C. Catch, und trat auch weiter selbst auf (vgl. <http://www.dieter-bohlen.net/erfolge.htm>). 1998 nahm Modern Talking das Comeback-Album *Back for Good* auf, das vor allem Remix-Versionen der 80er Jahre-Hits enthielt. Dieses Album war sehr erfolgreich, erreichte in über 18 Ländern Platz 1 und verkaufte sich über 5,7 Millionen Mal. 2003 löste sich das Duo Modern Talking endgültig auf. Solo sind Thomas Anders und Dieter Bohlen bis heute sehr erfolgreich. Thomas Anders ist weiterhin in Südamerika, Osteuropa und Asien überaus populär. Sein Album *Strong* wurde 2010 in Russland veröffentlicht, verkaufte sich über 500.000 Mal und erreichte Platz 2 der russischen Charts (vgl. Anders 2011, S. 11). Auch in Deutschland ist Anders weiter erfolgreich. 2011 veröffentlichte er zusammen mit dem Produzenten und Komponisten Uwe Fahrenkrog-Petersen das Album *Two* (vgl. Anders 2011, S. 12). Dieter Bohlen produziert, komponiert und textet für deutsche Schlagerstars, u. a. für Katja Ebstein, Howard Carpendale und Roland Kaiser (vgl. Bohlen 1989, S. 5). Außerdem ist er in Deutschland in mehreren Sendungen als Juror tätig, z. B. bei *Deutschland sucht den Superstar* und *Das Supertalent*. Er produziert für die Finalisten oftmals Songs. Der Song *We Have a Dream*, den er 2003 mit den zehn Finalisten der Show *Deutschland sucht den Superstar* aufnahm, war die meistverkaufte Single des Jahres in Deutschland. Außerdem hat er mehrere Werbeverträge unterschrieben, z. B. für Müller Milch oder Wiesenhof (vgl. <http://www.dieter-bohlen.net/erfolge.htm>).

---

<sup>151</sup> Hierbei handelt es sich um das erste Album Modern Talkings, welches Platz 1 der deutschen Charts erreichte und in insgesamt zehn Ländern auf Platz 1 landete (vgl. Anders 2011, S. 135f.)

Dieter Bohlen ist in der deutschen Fernsehlandschaft sehr präsent und gilt, vor allem aufgrund seiner oftmals beleidigenden Aussagen als Juror mehrerer Castingshows, als umstritten. Am Beispiel von Modern Talking wird deutlich, dass man auch mit Musik, die allgemein als anspruchslos gilt, weltweiten Erfolg haben kann. Die Texte Modern Talkings sind englischsprachig und zeigen somit, dass deutsche Interpreten auch mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind.

### 3.2.4.2 Nena

Susanne Gabriele Kerner alias Nena wurde 1982 durch einen Fernsehauftritt in der Sendung *Musikladen*<sup>152</sup> in der ARD bekannt, wo sie ihre erste Single *Nur geträumt* performte (vgl. Herrwerth 1998, S. 117). Der Song besaß eine melodische Einfachheit, war kinderliedhaft und wurde zu einem Ohrwurm, der sowohl Erwachsenen als auch Jugendlichen gefiel, weil beide Generationen sich mit dem Text identifizieren konnten (vgl. Longerich 1989, S. 200). Daraufhin stieg der Song bis auf Platz 2 der deutschen Charts. Nena veröffentlichte nach dem Erfolg der Single ihre erste LP und diese enthielt ihren größten Hit *99 Luftballons* (vgl. Herrwerth 1998, S. 117). Der Song *99 Luftballons* verkaufte sich über 500.000 Mal und stieg auf Platz 1 der Charts (vgl. Herrwerth 1998, S. 118). Schnell wurde sie das weibliche Teenager-Idol der 80er Jahre (vgl. Herrwerth 1998, S. 117). „Die Sängerin wurde für ihre Fans zum Inbegriff eines neuen, unbeschwerten, modebewußten Lebensgefühls, und ein jeder wollte so sein wie sie“ (Longerich 1989, S. 201). Nena<sup>153</sup> hatte auch in den USA großen Erfolg mit ihrer deutschsprachigen Musik. Der Erfolg kam eher zufällig. Herrwerth führt an, dass der Song *99 Luftballons* im Anschluss an den Film *The Day After*, welcher ein Anti-Atomfilm ist, ausgestrahlt wurde und die Amerikaner so auf Nena aufmerksam wurden (vgl. Herrwerth 1998, S. 118). Ein DJ in Los Angeles spielte ihren Song im Radio und da die Hörer nach mehr verlangten, spielten auch andere Radiostationen das Lied. Der Song *99 Luftballons* gelangte erst in die Dance-Charts und 1984 schließlich auf Platz 1 der allgemeinen amerikanischen Charts. Es wurde außerdem eine englischsprachige

---

<sup>152</sup> In dieser Sendung hatten schon einige Künstler ihre Karriere begonnen, somit handelte es sich um eine für Neulinge in der Musikbranche sehr wichtige Musiksendung (vgl. Longerich 1989, S. 199).

<sup>153</sup> „Germany's Newest Pop Sweetheart“ (Koch 1987, S. 174).

Version des Songs *99 Luftballons* nachproduziert und damit gelang Nena Platz 1 der britischen Single-Charts (vgl. Koch 1987, S. 174). „Nena war zum ersten internationalen Star der Neuen Deutschen Welle geworden“ (Herrwerth 1998, S. 118). Sie war bis 1985 auf den vorderen Plätzen der deutschen Charts zu finden (vgl. Herrwerth 1998, S. 118). Nena war das deutsche „Frolleinwunder“, das in den USA Karriere machte (vgl. Koch 1987, S. 174). Sie verband weiblichen Sex-Appeal mit mädchenhafter Unschuld (vgl. Longerich 1989, S. 200). Nena „[...] bewies, dass nicht nur Anpassung an die angloamerikanischen Vorlagen, sondern gerade Eigenständigkeit durchaus internationalen Erfolg bringen kann, nämlich Top-Charts-Positionen in den meisten europäischen Ländern und eine Nummer zwei in den USA“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 46). Nena<sup>154</sup> sang „[...] einfach nur ganz normale Popmusik von jungen Leuten für junge Leute“ (Koch 1987, S. 176). Sie machte Mainstream-Pop (vgl. Koch 1987, S. 177) bzw. Teenagerpop (vgl. Wicke/Ziegenrucker/Ziegenrucker 2007, S. 610). Rasmusson verwendet die Adjektive „lättsmält“ und „trevligt“ (vgl. Rasmusson 1988, S. 162). Die Bewertung ihrer Musik<sup>155</sup> fällt somit unterschiedlich aus, auf der einen Seite wird sie als eigenständig und auf der anderen Seite als nicht originell betitelt. Das Entscheidende ist aber, dass sie mit ihrer deutschsprachigen Popmusik internationalen Erfolg hatte.

Mit dem Ende der Neuen Deutschen Welle wurde es zunächst ruhig um Nena (vgl. Herrwerth 1998, S. 119). Sie war aber auch nach dem Aussterben der Neuen Deutschen Welle erfolgreich. Im Jahr 2003 gehörte Nenas Album *20 Jahre Nena feat. Nena* zu den drei erfolgreichsten Titeln der deutschen Longplay-Charts (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 55). Sie ist immer noch in den Medien präsent und musikalisch erfolgreich. Nena ist z. B. Jurorin der deutschen Castingsendung *The Voice of Germany*.

Das Beispiel Nena zeigt, dass auch aus der deutschen Musikbewegung NDW international erfolgreiche Stars hervorgegangen sind, jedoch zählte sie zu den Ausnahmen. Nena ist eine der wenigen Künstlerinnen der NDW, die heute noch erfolgreich sind.

---

<sup>154</sup> „Ihre Stimme hatte die gewisse Lolita-Unschuld [...]“ (Koch 1987, S. 175).

<sup>155</sup> „Es waren im Grunde nichts anderes als Schlager für Kids [...]“ (Koch 1987, S. 175).

### 3.2.4.3 Die Ärzte

1982 gegründet<sup>156</sup>, besteht die Band Die Ärzte aus Bela B.<sup>157</sup> und Farin Urlaub<sup>158</sup> sowie seit 1993 außerdem aus Rodrigo González<sup>159</sup>. 1984<sup>160</sup> gewann die Gruppe den Berliner Senatsrockwettbewerb und durch das dadurch gewonnene Geld konnte sie die Mini-LP *Uns geht's prima* aufnehmen. Das Label CBS wurde auf Die Ärzte aufmerksam und nahm sie unter Vertrag. Im selben Jahr produzierte sie ihr erstes großes Album *Debil*<sup>161</sup>. Die Jugendzeitschrift *Bravo* wurde durch dieses Album auf die Band aufmerksam und berichtete über sie (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 66). Vom *Musikexpress* wurde das Album zum *Album des Monats* gewählt (vgl. <http://www.dieaerzte.at/biographie/>). Lange Zeit blieb sie aber eher ein Geheimtipp der Independent-szene (vgl. Herrwerth 1998, S. 138). 1984 ging die Band auf ihre erste große Deutschlandtournee (vgl. <http://www.dieaerzte.at/biographie/>). Außerdem trat sie in Österreich, der Schweiz und in Barcelona auf (vgl. Karg 2001, S. 29f.) 1985 kam es dann auch zum kommerziellen Durchbruch durch das Album *Im Schatten der Ärzte*, das auf Platz 53 der Album-Charts gelangte (vgl. Karg 2001, S. 57). Das 1986 erschienene Album *Die Ärzte* wurde im Januar 1987 von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften indiziert<sup>162</sup>, da es das Inzest-Lied *Geschwisterliebe* enthielt (vgl. Karg 2001, S. 101). Für Jugendliche wurde die Band durch die Verbote ihrer Songs umso interessanter. Auf den Konzerten umging Die Ärzte das Aufführungsverbot, indem sie die indizierten Songs nur anspielte und von den Fans zu Ende singen ließ (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 66). Herrwerth merkt an, dass diese Einstufung einiger Songs als jugendgefährdend und die Setzung auf den Index ab 1987 dazu führte, dass Die Ärzte bundesweit erfolgreich wurde (vgl. Herrwerth 1998, S. 138). Karg führt allerdings an, dass die Indizierung negative Folgen für den Verkauf der Platte hatte, so dass sich die Plattenfirma CBS sogar von der Band

---

<sup>156</sup> „Namentlich tauchten die Ärzte zum erstenmal 1983 auf dem Sampler ‚20 schäumende Stimmungshits‘ auf [...]“ (Koch 1987, S. 197).

<sup>157</sup> Bürgerlicher Name: Dirk Felsenheimer (vgl. Koch 1987, S. 197).

<sup>158</sup> Bürgerlicher Name: Jan Vedder (vgl. Koch 1987, S. 197).

<sup>159</sup> In den Gründerjahren war Sahnje, mit bürgerlichem Namen Hans Runge, der Bassist der Band (vgl. Koch 1987, S. 197).

<sup>160</sup> Herrwerth führt an, dass die Band den Rockwettbewerb 1983 gewann (vgl. Herrwerth 1998, S. 138).

<sup>161</sup> 1987 wurde das Album von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien wegen zwei Songs aus dem Verkehr gezogen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 66).

<sup>162</sup> Eine Indizierung bedeutet, dass das Album nur an Personen über 18 Jahren verkauft und nicht öffentlich beworben werden darf (vgl. Karg 2001, S. 101).

trennen wollte (vgl. Karg 2001, S. 105). Die Schallplattenfirma veröffentlichte dann aber 1987 einen Sampler, der erst ab 18 Jahren zugelassen war. Dieser enthielt die indizierten Titel und noch weitere als anstößig empfundene Songs. So steigerte sich die Nachfrage nach den Schallplatten der Band und ihre Popularität wuchs (vgl. Herrwerth 1998, S. 139). Das amerikanische Label Alternative Tentacles wurde auf die Band Die Ärzte aufmerksam, da sie die meistindizierte Band war, und wollte das Album *Ab 18* in England veröffentlichen. Jedoch scheiterte dies an der „Starrköpfigkeit“ der Schallplattenfirma CBS (vgl. Karg 2001, S. 108). 1988 trennte sich die Band wegen interner Reibereien (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 67). Karg führt an, dass es sich um eine freundschaftliche und gemeinsam beschlossene Trennung handelte (vgl. Karg 2001, S. 108). Vorher veröffentlichte sie noch den Song *Westerland*, der häufig im Radio gespielt wurde, und nahm während ihrer Abschiedstournee das Livealbum *Live – Nach uns die Sintflut* auf. Diese Platte landete auf dem ersten Platz der Charts (vgl. <http://www.dieaerzte.at/biographie/>). Die Band feierte 1993 ihr Comeback (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 67). Die 1993 veröffentlichte Single *Schrei nach Liebe*, bei der es sich um einen Song gegen Nazis handelte, verkaufte sich innerhalb sehr kurzer Zeit über 450.000 Mal (vgl. Karg 2001, S. 227). 1995 hatte die Band wieder die Chance, sich auf dem britischen Markt zu etablieren, da das Video zu dem Song *Rod loves you* vergleichsweise häufig auf MTV-England ausgestrahlt wurde, jedoch zeigte sich die Schallplattenfirma Metronome unbeweglich (vgl. Karg 2001, S. 253). Die Band gab in den nächsten Jahren viele Alben heraus, u. a. *Le Frisur* oder *13*. In den deutschen, österreichischen und schweizerischen Charts war und ist die Band sehr erfolgreich, so erreichte z. B. die Single *Ein Schwein namens Männer* 1998 den ersten Platz der Charts in Österreich und Deutschland (vgl. <http://www.dieaerzte.at/biographie/>).

„Die Ärzte schoben von Anfang an dem etwas verbiestert auf Umsturz des Staates gepolten deutschen Punk eine gehörige Portion intelligenten Witz unter und wurden in ihrer Heimatstadt Berlin schnell zu einer Live-Attraktion“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 66). Die Ärzte ist eine provokante Band, die zur Kultgruppe wurde und regelmäßig ihre Alben in den Top Ten der deutschen Charts platziert. Dadurch, dass die Bandmitglieder ihren Punkrock mit Elementen aus der Pop- und Rockmusik vermengten, machten sie ihre Musik einem großen Publikum zugänglich. Ihre Songs haben eine große Energie und ihre Texte sind manchmal derb, aber auch spaßig (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz



2008, S. 67). Die Bandmitglieder spielten vor der Gründung der Band Die Ärzte in verschiedenen Punkrock-Bands und haben somit eine Punkrock-Vergangenheit, die Musik der Ärzte ist aber der Popmusik zugewandt (vgl. Karg 2001, S. 14). Kennzeichnend für die meisten Texte der Band Die Ärzte ist die Ironie und der Wortwitz, der in ihnen verwendet wird. 2002 erschienen 35.000 Fans zu ihrem Jubiläumskonzert in Berlin (vgl. <http://www.dieaerzte.at/biographie/>). Die Band Die Ärzte hat zwar seit den 80er Jahren enormen Erfolg in Deutschland und gehört auch heutzutage noch zu den erfolgreichsten deutschen Bands, jedoch gelang ihr kein großer Erfolg im Ausland – mit Ausnahme von Österreich und der Schweiz. Sie können zwar auf weltweite Auftritte, z. B. in Argentinien oder Japan, zurückblicken, es gelang ihnen aber nie ein weltweiter Durchbruch und so großer Erfolg wie den Toten Hosen. Welche Gründe dies haben kann, wird in Kapitel 3.2.5.3 näher ergründet, denn die Band die Toten Hosen ist neben der Band die Ärzte eine der erfolgreichsten deutschen Punkrock-Bands, jedoch ist die Toten Hosen im Ausland erfolgreich.

### 3.2.5 90er Jahre

„Herz an Herz, hörst du mich,  
SOS, ich liebe dich.  
Ich und du immerzu, du und ich.  
Herz an Herz, Tag und Nacht,  
immerzu daran gedacht.  
Bist du auch so verliebt, wie ich?“  
Blümchen *Herz an Herz* (1995)

In den 90er Jahren gab es viele musikalische Genres und Bewegungen, die bedeutsam sind. Eine entscheidende Rolle spielte der Techno, da die kreativen Ursprünge des Techno aus Deutschland kamen und diese Musikrichtung auch international erfolgreich wurde (vgl. Herrwerth 1998, S. 142). Hier zeigt sich auch schon der Unterschied zur NDW. Die NDW und der Techno waren eigenständige Musikrichtungen bzw. Musikbewegungen, die sich speziell in Deutschland entwickelt hatten, jedoch war die NDW größtenteils auf Deutschland beschränkt, während sich der Techno auch international verbreitete. Nun war es also Deutschland, neben Skandinavien, das global den Ton angab. Deutsche Dance-Acts wie Haddaway, Snap!, Scatman John, U 96, Captain Hollywood oder Culture Club sind hier zu nennen (vgl. Herrwerth 1998, S. 143). Die



deutsche Musikindustrie erlebte mit dem Techno einen ungekannten Boom (vgl. Herrwerth 1998, S. 142). Viele Songs waren auch im Ausland erfolgreich (vgl. Pendzich 2004, S. 367). Die Dance-Hits der 90er Jahre wurden oft durch Hits aus den 60er, 70er und 80er Jahren beeinflusst, wie z. B. durch Rex Gildos *Fiesta Mexicana* (1972), Drafi Deutchers *Marmor, Stein und Eisen bricht* (1966) oder Peter Schillings *Major Tom* (1983). Diese Hits erstrahlten in neuem Glanz (vgl. Herrwerth 1998, S. 143). Besondere Aufmerksamkeit erreichte der sog. Fun Techno. Charakteristisch für den Fun Techno ist, dass nahezu ausschließlich und systematisch Fremdkompositionen als Techno-Songs aufbereitet wurden, Aufnahmeergebnisse aufgrund verfremdeter Vokalstimmen und sehr hoch angesetzter Tempi oft grotesk wirkten und von der ursprünglichen Werkgestalt nicht viel übrigblieb. Blümchen und Scooter sind beispielsweise dem Fun Techno zuzuordnen (vgl. Pendzich 2004, S. 234). Die 90er sind das Jahrzehnt, in dem es zu einer wahren Coverversionsflut kam (vgl. Pendzich 2008, S. 252) und beinahe der gesamte Tonträgerbestand der letzten vierzig Jahre auf CD gepresst wurde (vgl. Büsser 2002, S. 6). „Im Mittelpunkt der Popmusik der neunziger Jahre stehen Zitat, Neukombination und Neuinterpretation“ (Büsser 2002, S. 71). Alte Hits wurden neu aufgelegt und damit wurden vor allem die Bedürfnisse der meist älteren Fans befriedigt (vgl. Büsser 2002, S. 80). So wurde z. B. der Song *Da Da Da* der längst aufgelösten Band Trio in den USA ein Hit, weil er in einer englischsprachigen Version in einem Werbespot für Volkswagen verwendet worden war (vgl. <http://www.stephan-remmler.de/Trio/>). Es gab viele Retro-Musikstile, wie z. B. den Grunge oder Britpop (vgl. Pendzich 2004, S. 334). Musikalisch wurde in diesem Jahrzehnt fast alles toleriert und außerdem in immer wieder neuen Kombinationen aufgegriffen. Die Popmusik begann, die eigene Geschichte zu verarbeiten (vgl. Büsser 2002, S. 68). Der Sänger Lou Bega kombinierte Musikelemente aus den 40er und 50er Jahren mit modernen Sounds und Grooves. Mit seinem Song *Mambo No. 5* hatte der Musiker Lou Bega einen Welthit. Sein Debütalbum *A little bit of Mambo* erreichte Platz 3 der US-amerikanischen Charts und verkaufte sich weltweit über sieben Millionen Mal. Der Sänger tourte u. a. durch die USA, Südamerika und Indien (vgl. Lou Bega). Es wird deutlich, dass in den 90er Jahren häufig auf schon in den früheren Jahrzehnten erfolgreiche Songs zurückgegriffen wurde und diese Songs uminterpretiert und neu kombiniert wurden. Die eigene Musikgeschichte Deutschlands spielt hier eine große Rolle.

Aber natürlich sind in den 90er Jahren auch Bands zu finden, die sich nicht hauptsächlich darauf konzentrierten, Songs aus früheren Jahrzehnten zu covern. Es gab in den 90ern viele Bands, die auf Deutsch sangen, wie z. B. Blumfeld und Die Sterne (vgl. Büsser 2002, S. 84). Es entwickelte sich in den frühen 90er Jahren die Hamburger Schule, ein von den Medien geprägter Begriff. Von den betroffenen Bands wurde diese Kategorisierung abgelehnt. Der Begriff kam zustande, da alle diese Bands aus Hamburg kamen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 73). Die Hamburger Schule war ab Mitte der 90er Jahre eine feste Größe in der Independent-Rock-Szene. Da sich aber auch in anderen deutschen Städten sog. Indiepop-Bands bildeten, kam es nach und nach zur Auflösung des Begriffs Hamburger Schule (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 77). Neben Die Sterne und Blumfeld gehörte Tocotronic zu der Hamburger Schule. Oft wurde die Musik dieser Bands, deren Texte in deutscher Sprache geschrieben wurden, als intelligenter Pop bezeichnet (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 73). Die drei genannten Bands konnten von ihrer Musik leben (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 77). Die deutsche Sprache wurde von diesen Bands im Pop-Kontext neu entdeckt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 74). Blumfeld hatte sogar im Ausland Erfolg. Ihr deutschsprachiges Album *L'Etat Et Moi* wurde erfolgreich in Großbritannien veröffentlicht und die Band tourte 1995 durch die USA und Großbritannien (vgl. Powerline Agency, S. 1). Ab Mitte der 90er Jahre wurde somit die deutsche Sprache in der Popmusik wieder salonfähig.

Es gab noch eine weitere Musikrichtung, in der die deutsche Sprache eine bedeutende Rolle spielte: der Hip-Hop. Hip-Hop wurde in Deutschland 1992 durch den Erfolg der Fantastischen Vier<sup>163</sup> bekannt. Seitdem gibt es die Begriffe deutscher Hip-Hop und Deutschrap (vgl. Loh 2005, S. 114). Die Fantastischen Vier war die erfolgreichste deutsche Hip-Hop-Band in den 90er Jahren. Ähnlich erfolgreich war Tic Tac Toe, eine aus drei jungen Frauen bestehende Hip-Hop-Formation (vgl. Herrwerth 1998, S. 147). Schon Ende der 80er Jahre gab es in Deutschland die ersten Rapper, die vor allem ihre US-Vorbilder nachahmten. Daraus entwickelte sich dann schnell eine deutschsprachige Hip-Hop-Szene (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 84). In den 90er Jahren kam es

---

<sup>163</sup> Die Fantastischen Vier verschaffte dem deutschsprachigen Hip-Hop durch die Single *Die da* ihren massenwirksamen Durchbruch und auch das Video wurde bei MTV mehrere Monate lang oft gespielt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 85). Ihre Songs enthalten Texte, die von dem Alltag der Fantastischen Vier handeln (vgl. Herrwerth 1998, S. 146).

zum Boom des deutschsprachigen Hip-Hop bzw. Rap (vgl. Herrwerth 1998, S. 145). Es stellt sich die Frage, warum die deutschen Rapper auf Deutsch und nicht auf Englisch rappen. Die Fantastischen Vier rappt auf Deutsch<sup>164</sup>, weil sie will, dass die Musikhörer sie verstehen (vgl. Müller 1996, S. 10). Mit ihrer Musik will die Band positive Gefühle erzeugen (vgl. Müller 1996, S. 57). Hip-Hop ist die neue Jugendmusik und Rockmusik verliert in dieser Hinsicht an Bedeutung (vgl. Müller 1996, S. 98). Weitere bekannte Interpreten des Hip-Hops sind Fettes Brot, Freundeskreis, die Absoluten Beginner<sup>165</sup> oder auch 5 Sterne Deluxe. Teilweise feiern diese Musiker sogar noch heutzutage große Erfolge in Deutschland.

Auch die Rockmusik war in den 90er Jahren in Deutschland populär. In der Rockmusik gab es weiterhin viele auf Deutsch singende Bands: Die Ärzte, Rammstein und die Toten Hosen machten Rockmusik und setzten auf Provokation, im Kontrast dazu gab es aber in den 90er Jahren auch Bands wie Pur, die entgegen der Einschätzung Herrwerths nicht dem Rock, sondern dem Pop zugeordnet werden können. Die schon in den 80ern erfolgreichen Deutschrocker, zu denen z. B. Westernhagen oder Grönemeyer gehörten, waren in den 90er Jahren weiterhin erfolgreich und viele weitere Rockmusiker gesellten sich zu ihnen (vgl. Herrwerth 1998, S. 137). Es gab auch deutsche Bands, die mit englischsprachiger Rockmusik im Ausland erfolgreich waren. Dazu gehörte die 1990 gegründete Band Guano Apes. In Deutschland verkaufte sich ihre Single *Lords of the Boards* über 250.000 Mal, ihr Debütalbum *Proud Like A God* erreichte in vielen Ländern Gold- und Platinstatus, so dass die Band anschließend durch die USA und Europa tourte (vgl. <http://www.guanoapes.org/de/band>). Der Krautrock erlebte Mitte der 90er Jahre ebenfalls ein Comeback. Bands wie Amon Düül, Guru Guru oder Popol Vuh brachten neue Schallplatten heraus (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 30). In London gab die Band Faust ein ausverkauftes Comebackkonzert und die Band Cluster tourte durch die USA und Japan und erlangte dort große Medien- und Publikumsresonanz. Es gab also wieder ein ernsthaftes Interesse am Krautrock, welches in England zuerst wiedererwacht war (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 31). Dagegen hatte der Ethno-Rock, der in vielen anderen Ländern in den 90ern Erfolg hatte, in

---

<sup>164</sup> Zwei der Mitglieder der Fantastischen Vier, Smudo und Andy Y, hatten vor der Gründung der Fantastischen Vier das Terminal Team gegründet. Hier texteten sie allerdings zuerst auf Englisch, „[...] weil deutsche Rap-Texte beiden eher merkwürdig vorkommen“ (Müller 1996, S. 37).

<sup>165</sup> Ab 2003 nannte sich die Band nur noch Beginner.

Deutschland keinen Erfolg, da es in Deutschland kaum eine Band dieser Stilrichtung gab (vgl. Herrwerth 1998, S. 148).

Es gab in den 90ern kaum einen Schlagersong in den Charts (vgl. Herrwerth 1998, S. 154). Pendzich führt aus, dass es Mitte der 90er Jahre zu einem Revival des westdeutschen Schlagers kam, das Schlagersänger wie Guildo Horn oder Dieter Thomas Kuhn hervorbrachte (vgl. Pendzich 2004, S. 334). Ganz unbedeutend war der Schlager somit nicht. Das folgende Zitat von Herrwerth fasst das musikalische Leben in Deutschland in den 90er Jahren gut zusammen: „Ganz schön bunt, diese Neunziger: A-capella-Beat à la Prinzen und Brachial-Rock à la Rödelheimer und Girlie-Power à la Tic Tac Toe. Praller Punk à la Tote Hosen, geile Anmache à la Westernhagen und Sozialkitsch à la Pur“ (Herrwerth 1998, S. 154).

Die deutsche Musikgeschichte der 90er Jahre zeigt, wie auch schon in den vorherigen Jahrzehnten deutlich wurde, dass man mit deutschsprachiger Musik nicht nur in Deutschland selbst, sondern auch im Ausland, großen Erfolg haben kann. Dies zeigt vor allem die Gruppe Rammstein, auf die in Kapitel 3.2.6.2 näher eingegangen wird. Wenn man die schwedische und deutsche Musikgeschichte der 90er Jahre vergleicht, fällt auf, dass es viele Gemeinsamkeiten gibt. In Schweden und in Deutschland gibt es viele unterschiedliche Musikgenres, die nebeneinander existieren und keinen dominierenden Musikstil. In beiden Ländern ist der Techno/Dance<sup>166</sup> eine beliebte Stilrichtung, so dass es viele schwedische und deutsche Dance-Acts gibt. In Schweden und in Deutschland ist es vor allem im Bereich des Techno üblich zu covern und auf schon in früheren Jahrzehnten erfolgreiche Hits zurückzugreifen. Aber auch weitere Genres, wie der Indiepop, der Hip-Hop oder die Rockmusik sind in beiden Ländern beliebt. International sind beide Länder erfolgreich und geben den besonders im Bereich der Dancemusik den Ton an. Die 90er waren in Schweden das Jahrzehnt, in dem bisher die meisten Musikexporterfolge erfolgten und somit erreichte Schweden im Ausland mit der Musik große Aufmerksamkeit. Auch deutsche Musiker sind in den 90ern im Ausland sehr erfolgreich. Jedoch zeigt sich hier ein wesentlicher Unterschied zwischen den beiden Ländern. Die im Ausland erfolgreichen schwedischen Musiker waren ausschließlich mit englischsprachigen Songs erfolgreich, die deutschen Musiker jedoch durchaus auch mit deutschsprachigen, also in ihrer Heimatsprache gesungenen Songs. In

---

<sup>166</sup> Die Begriffe Dance und Techno werden in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet.

Schweden gab es einen Markt für schwedischsprachige Musik, diese wurde aber nur in Schweden veröffentlicht. Mit deutschsprachiger konnte man sowohl in Deutschland als auch im Ausland erfolgreich sein. Jedoch ist festzuhalten, dass deutschsprachige Texte im weltweiten Vergleich auch in den 90er Jahren keine große Rolle spielten, die meisten Songs waren englischsprachig.

In Deutschland kam es 1990 zur Wiedervereinigung Deutschlands, die sich auf die deutsche Musik auswirkte. In der DDR hatte sich die Musikszene ganz anders entwickelt. „Die staatlich gelenkte Kulturpolitik der DDR versuchte der angloamerikanischen Rock- und Popmusik des imperialistischen Klassenfeindes originär Deutschsprachiges entgegenzusetzen“ (Herrwerth 1998, S. 151). Die Geschichte der Populärmusik in der DDR hier genauer aufzuführen, würde zu weit gehen. Es ist wichtig festzuhalten, dass es durch die Wiedervereinigung zu einer besonderen Situation in Deutschland kam, die sich auch auf das Musikleben auswirkte. In den Fällen, in denen dies für die folgenden konkreten Beispiele relevant ist, wird kurz darauf eingegangen.

### **3.2.5.1 Blümchen**

Blümchen heißt mit bürgerlichem Namen Jasmin Wagner und wurde 1980 geboren. Sie wurde mit 15 Jahren auf einer NDW-Party entdeckt und 1995 gab sie ihre erste Single *Herz an Herz*, eine Coverversion des gleichnamigen NDW-Hits von Paso Doble, heraus. Schnell wurde Wagner unter dem Pseudonym Blümchen zum Teeniestar (vgl. <http://www.laut.de/Bluemchen>). Sie war das Teenager-Idol des Techno. Blümchen fiel durch ihre aufreizenden Outfits auf, die in Kontrast zu den braven, gesitteten Texten ihrer Songs standen. Kennzeichnend für Blümchen ist ihre powergeladene Choreographie, in der sie sich synchron mit ihren Tänzern bewegt. Allerdings kann man bei Blümchen nicht davon sprechen, dass sie eine unverwechselbare Stimme, wie z. B. Nena, besitzt, da ihre Stimme elektronisch synthetisiert ist. Ihre äußere Erscheinung ist außerdem austauschbar (vgl. Herrwerth 1998, S. 144). „Blümchen ist im Grunde nichts weiter als eine fleischgewordene Barbie-Puppe“ (Herrwerth 1998, 144). Ihre Musik kann man als Chart-Techno bezeichnen (vgl. Herrwerth 1998, S. 145). Besonders großen Erfolg hatte sie neben Deutschland auch in Skandinavien. Ihre Single *Heut‘ ist mein Tag* (1999) erreichte Platz 10 der schwedischen Charts und blieb 21 Wochen in den Charts. Neben sechs weiteren Singles erreichten auch drei Alben Blümchens Chartplatzierungen in Schweden (vgl.



<http://swedishcharts.com/showinterpret.asp?interpret=B1%FCmchen>). In Norwegen erreichte die Single *Heut' ist mein Tag* sogar Platz 1 der Charts (vgl. <http://norwegiancharts.com/showinterpret.asp?interpret=B1%FCmchen>).

Im Jahr 2000 beendete sie ihre Karriere als Blümchen und hatte bis dahin 30 Millionen Schallplatten verkauft. Danach ist sie unter ihrem richtigen Namen als Sängerin und Schauspielerin mal mehr, mal weniger erfolgreich (vgl. <http://www.laut.de/Bluemchen>). Es wurde deutlich, dass man in den 90er Jahren mit deutschsprachigen Technosongs im Ausland erfolgreich sein konnte. Blümchen kann als ein typisches Beispiel für deutschsprachigen Musikexport angeführt werden und ist für die vorliegende Dissertation besonders interessant, da sie vor allem auch in Skandinavien sehr erfolgreich war.

### 3.2.5.2 Scooter

Scooter war in den 90ern und ist auch heute noch in Deutschland sowie in vielen anderen Ländern erfolgreich. Die Band gilt als erfolgreicher deutscher Musikexporteur. Ihr Erfolgsrezept sind bekannte, eingängige Melodien auf Techno-Beats, dabei werden die Texte nicht gesungen, sondern „geschoutet“, also laut geschrien (vgl. <http://www.laut.de/Scooter>). Die Band wird auch als „Party-Techno-Trio“ oder als die „AC/DC des Techno“ bezeichnet (vgl. Ziemer 2011). Gegründet wurde Scooter 1993, als Hans-Peter Geerdes, der seit Scooter nur noch unter dem Namen H. P. Baxxter bekannt ist, bei der Hamburger Schallplattenfirma Edel jobbte und gebeten wurde, einen Remix der holländischen Produktion *Vallee De Larmes* anzufertigen. H. P. Baxxter hatte in den 80ern schon zusammen mit Rick Jordan unter dem Namen *Celebrate The Nun* zwei Alben produziert. Zusammen mit Ferris Bueller, einem Cousin von Baxxter, nahmen sie den Remix auf und nannten sich Scooter. Mit der zweiten Single *Hyper Hyper*<sup>167</sup> schaffte Scooter 1994 den Durchbruch, die Band erreichte Platz 2 der Singlecharts und die Single erhielt Platin. Scooter eroberte unter Protest der Techno-Szene den Massenmarkt (vgl. <http://www.laut.de/Scooter>). Von der Techno-Szene wurde Scooter anfangs wegen der Texte verlacht (vgl. Ziemer 2011). Die Musik Scooters polarisiert, die Stärke Scooters liegt in der

---

<sup>167</sup> „Auf einem schnellen Bassdrum-Grundbeat von ca. 180 BpM basierend, wurden neben ostinat eingesetzten Kleinstmotiven und Klangteppichen Animateur-Sprüche wie z. B. ‚I want to see you sweat!‘ mittels einer durch den Kompressor geschickten tiefen Bruststimme an das tanzende Publikum gerichtet“ (Penzich 2004, S. 235).



Inszenierung und nicht in den Texten. Die Songs der Band sind meist so aufgebaut, dass es „einen Refrain in Form eines Schlachtrufs“ (Ziemer 2011) gibt, z. B. *How Much Is The Fish?*, danach folgt eine Melodie (vgl. Ziemer 2011). Der Band wird vorgeworfen, dass sie Melodien stiehlt, diese mastert und sie kommerziell vertreibt, sie mixt z. B. Melodien von Kiss oder Billy Idol neu zusammen. Damit hat die Band einen Erfolgshit nach dem anderen (vgl. <http://www.laut.de/Scooter>). Scooter macht also hauptsächlich Coverversionen, z. B. ist der Song *Back In U. K.* ein Cover des Songs *Murder She Said* (1961) von Ron Goodwin (vgl. Pendzich 2004, S. 235). Kritiker sind nicht begeistert von der Musik (vgl. Ziemer 2011). Es wird kritisiert, dass Zitate aus stilfremden Musikstücken entnommen werden. Die Band hat nie einen Hehl daraus gemacht, dass sie sich erfolgreicher Strömungen und Stile annehmen und ihre eigenen Songs damit veredeln (vgl. <http://www.scoortertechno.com/de-1-2-4-4-Biografie.html>). Live ist Scooter sehr erfolgreich, ihr Konzert in Moskau 1998 besuchten 17.000 Zuschauer (vgl. <http://www.laut.de/Scooter>). Ihre Bühnenshows entsprechen nicht den üblichen Dance-Shows, sondern sind eine Mischung aus Rock'n'Roll, Punk und einer Selbstdarstellung, die von Größenwahn geprägt ist (vgl. <http://www.scoortertechno.com/de-1-2-4-4-Biografie.html>). Obwohl Ferris Bueller 1998 durch Axel Coon und dieser 2002 wiederum durch Jay Frog ersetzt wurde, änderte sich nichts an dem Stil und dem Erfolg der Band. Scooter war nicht nur in den 90ern sehr erfolgreich, sondern veröffentlichte z. B. 2004 das Album *Mind The Gap* oder trat im selben Jahr beim Vorentscheid des Eurovision Song Contest an, wo sie aber im Finale Max Mutzke unterlag (vgl. <http://www.laut.de/Scooter>). Sogar in Großbritannien ist Scooter sehr erfolgreich und erlangte mit dem Album *Jumping All Over The World* 2008 den ersten Platz der britischen Charts. 2011 trat die Band in Hamburg vor rund 20.000 Zuschauern auf (vgl. Ziemer 2011). 2012 war H. P. Baxter als Juror der Castingshow *X Factor* des Senders VOX tätig und erreichte dadurch noch mehr mediale Präsenz. 2012 erschien das 16. Studioalbum *Music For A Big Night Out* und die Single *Army Of Hardcore* (vgl. <http://www.scoortertechno.com/de-1-2-4-4-Biografie.html>). Insgesamt hat Scooter mehr als 30 Millionen Tonträger verkauft, viele Musikpreise gewonnen und weltweit über 80 Gold- und Platin-Schallplatten bekommen (vgl. <http://www.scoortertechno.com/de-1-2-4-4-Biografie.html>). Scooter gehört somit zu den im Ausland erfolgreichsten deutschen Bands und dies, obwohl sie sich ihre Songs aus Songs anderer Künstler zusammenbasteln, was nicht gerade

für Innovation spricht. An der Band kann man erkennen, dass man auch ohne qualitativ hochwertige Songs erfolgreich sein kann.

### 3.2.5.3 Die Toten Hosen

Wie schon in Kapitel 3.2.4 erwähnt, begann die Karriere der Toten Hosen in den 80er Jahren. Die Band wurde 1982 gegründet (vgl. Herrwerth 1998, S. 137). Anfangs bestand die Band aus sechs Männern, die die Debütsingles *Wir sind bereit* und *Reisefieber* 1982 an nur einem Nachmittag in einem Düsseldorfer Tonstudio einspielten (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1982>). Die Band stammt aus Düsseldorf, der Frontmann der Band ist Andreas Frege alias Campino. In ihren Songs äußerte sich die Band Die Toten Hosen immer wieder politisch, z. B. zum Neonazismus. Gleichzeitig brachte sie aber auch Partysongs wie z. B. *Eisgekühlter Bommerlunder* heraus. Die Toten Hosen gehört wie Die Ärzte zu den bekanntesten und erfolgreichsten Bands der deutschsprachigen Rockszene (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 67). Die Toten Hosen machte „[...] respektlose Lieder ohne Scheu vor irgendwelchen Tabus oder Peinlichkeiten und ohne die lästige Verpflichtung, immerzu gesellschaftspolitische Standpunkte beziehen zu müssen“ (Koch 1987, S. 196). Sie grenzte sich von den anderen Deutschrockern wie z. B. Grönemeyer ab, da sie meinte, dass diese keine Rockmusik, sondern Balladen machte. Die Musik der Toten Hosen ist laut und mit den Traditionen der Punkmusik verbunden (vgl. Herrwerth 1998, S. 137). Mit ihren ersten Alben hatte Die Toten Hosen keinen kommerziellen Erfolg, da sie einige Streitigkeiten mit ihrer Schallplattenfirma hatte. Zum Durchbruch kam es 1987, nachdem die Band unter dem Pseudonym Die Roten Rosen das Album *Never Mind The Hosen* aufnahm, ein Coveralbum<sup>168</sup> mit alten deutschen Schlagern, die zu Rock-Songs umgewandelt wurden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 68). Erstmals stieg ein Album der Toten Hosen in die Charts ein (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1987>). Die danach wieder unter dem richtigen Bandnamen herausgebrachten Alben waren in den Charts vertreten und erreichten oft die Top Ten der deutschen Charts (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz

---

<sup>168</sup> Es wurde z. B. der Schlagerklassiker *Itsy Bitsy Teenie Weenie Honolulu Strandbikini* von Caterina Valente und Silvio Francesco neu eingespielt. Die Toten Hosen merkt an, dass der Unterschied zwischen Punk und Spießertum oft nur eine Rhythmusfrage sei (vgl. Herrwerth 1998, S. 137). Mittlerweile macht Die Toten Hosen aber Rockmusik.

2008, S. 68). Die Schallplatte *Kreuzzug ins Glück* erreichte 1990 den ersten Platz der Charts (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1990>), ebenso wie viele weitere Studioalben, u. a. das 2008 herausgegebene Album *In aller Stille* (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-00er/das-jahr-2008>). Schon seit 1984 galt die Band als „Deutschlands Punkband Nr. 1“ und absolvierte Auftritte im Ausland. 1984 wurde die Band vom Goethe-Institut nach Frankreich eingeladen, um dort einige Konzerte zu spielen. Sie bekam Anerkennung aus dem Ausland (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1984>).

1990 gab die Band Die Toten Hosen erstmals Konzerte in London (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1990>). 1991 erschien das komplett englischsprachige Album *Learning English*, das dazu führte, dass die Band verstärkt im Ausland spielte (vgl. Job 2006, S. 257). 1992 tourte die Band u. a. durch Schweden, Norwegen, Argentinien, England und Brasilien (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1992>) und 1994 erschien eine englische Fassung des Albums *Reich & Sexy* und die Band tourte durch Europa, Japan Südamerika und die USA (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1994>). Bis heute gibt die Band Konzerte in der ganzen Welt, besonders in Argentinien ist die Band Die Toten Hosen sehr beliebt (vgl. <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-00er/das-jahr-2003>). Dort spielte die Band 1996 vor 75.000 Zuschauern. Keine deutsche Band verkaufte 1996 in Deutschland mehr Platten als Die Toten Hosen (vgl. Job 2006, S. 316). Auch heute noch ist die Band sowohl in Deutschland als auch im Ausland erfolgreich. An der Band Die Toten Hosen lässt sich erkennen, dass durchaus auch deutsche Rockbands im Ausland Erfolge haben können. Die Band ist sowohl mit deutschsprachigen Songs als auch mit den extra für das Ausland aufgenommenen englischsprachigen Songs erfolgreich. Es stellt sich die Frage, warum Die Toten Hosen im Ausland erfolgreich ist, während die Band Die Ärzte außer in Österreich und der Schweiz keine Auslandserfolge vorweisen kann. Beide Bands kommen aus dem Punk, jedoch arbeitet die Band die Ärzte im Unterschied zu Die Toten Hosen in ihrem Songtexten viel mit Ironie und der verwendete Humor in ihren deutschen Liedtexten wird im Ausland nicht verstanden. Wenn man die Texte auf Englisch übersetzte, ginge wahrscheinlich der Humor verloren bzw. könnten die Wortwitze nicht in gleichem Maße herübergebracht werden. Die Toten Hosen ist allein schon durch die Herausgabe englischsprachiger Versionen ihrer Alben

viel mehr aufs Ausland ausgerichtet als Die Ärzte. Die Band Die Ärzte hatte, wie erwähnt, die Chance, im Ausland bekannt zu werden, doch die Schallplattenfirma ergriff die Chance nicht.

### 3.2.6 Seit 2000

„We're all living in Amerika,  
Amerika ist Wunderbar.  
We're all living in Amerika,  
Amerika, Amerika.  
Wenn getanzt wird, will ich führen,  
auch wenn ihr euch alleine dreht,  
lasst euch ein wenig kontrollieren,  
Ich zeige euch wie's richtig geht.  
Wir bilden einen lieben Reigen,  
die Freiheit spielt auf allen Geigen,  
Musik kommt aus dem Weißen Haus,  
Und vor Paris steht Mickey Maus.“  
Rammstein *Amerika* (2004)

Seit 2004 ist der deutschsprachige Pop und Rock in Deutschland in Mode. Durch die Veröffentlichung des Debütalbums *Die Reklamation* von Wir sind Helden im Jahr 2003 hatten deutschsprachige Bands wieder Erfolge in den Charts (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 119). Das Album stieg bis auf Platz 2 der deutschen Albumcharts (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 120). Mitte 2004 brachte Juli die Single *Die perfekte Welle* heraus, die ebenfalls bis auf Platz 2 der deutschen Singlecharts stieg (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 123), und Silbermond veröffentlichte ihr Debütalbum *Verschwende deine Zeit*, das auch bis auf Platz 2 der Albumcharts kam (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 128). Diese drei genannten Bands verhelfen dem deutschsprachigen Pop zu neuem Glanz. Es gibt noch viel mehr Gruppen im Bereich der deutschen Pop- und Rockmusik, die stilistisch in diesem Bereich angesiedelt sind, jedoch teilweise in ganz unterschiedliche Richtungen gehen. Gemeinsam ist ihnen, dass sie alle auf Deutsch singen und einige Bands eine Sängerin als Frontfrau haben (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 191). Diese Entwicklung erinnert an die NDW und wird auch als neueste deutsche Welle bezeichnet (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 164). Jedoch ist diese neueste deutsche Welle beständiger und die anfangs neuen Bands haben auch heute noch einen

festen Platz in der deutschen Musiklandschaft. Viele Bands, wie z. B. Revolverheld, Tomte oder Juli, haben sich also im deutschen Musikgeschehen fest etabliert. Teilweise haben sie schon mehrere Alben herausgebracht, die sich auch weiterhin gut verkaufen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 196). Aufgrund der Songtexte in deutscher Sprache können sich die Hörer mit den Musikern identifizieren, es werden Themen, die für das Publikum relevant sind, angesprochen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 11). Hier wird deutlich, dass emotionale Gründe, wie z. B. Fanbindung und Identifikation, zum Erwerb eines Tonträgers führen können (vgl. Pendzich 2008, S. 254). Im Unterschied zur NDW gibt es aber keine geschlossene Gesamtszene und es wird sich auf keine spezifische Kultur, wie z. B. den Punk, berufen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 10). Es kamen und kommen immer noch neue deutschsprachige Rock- und Popbands auf den Markt, diese können schon als nächste Generation angesehen werden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 197). Im Jahr 2007 dominierten nationale Produktionen mit fünf bzw. sechs Platzierungen die Top Ten der Single- und Albumcharts. Das Album *12* von Herbert Grönemeyer ist hierbei das erfolgreichste deutsche Album, es erreichte Platz 2 der Album-Jahrescharts. Der Anteil deutscher Musikproduktionen in den deutschen Charts stieg leicht von 38,1 Prozent im Jahr 2006 auf 38,8 Prozent im Jahr 2007. „Damit können sich nationale Musikprodukte gegenüber den internationalen Produkten einer kontinuierlich wachsenden Beliebtheit erfreuen“ (Bundesverband Musikindustrie 2008a). Im Jahr 2011 stieg der Umsatz in dem Teilmarkt Pop National weiter (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 15). 2012 stammten sieben von zehn der meistverkauften Alben des Jahres von deutschen Musikern (vgl. IFPI 2013a, S. 13). Der Schlager erfreut sich in Deutschland mit Musikern wie Andrea Berg oder Helene Fischer weiter großer Beliebtheit. Der Umsatzanteil von Schlagermusik liegt bei 4,8 Prozent (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 50). Dies ist zwar im Vergleich zur Pop- und Rockmusik recht wenig, doch vor allem bei den älteren Musikhörern ist die Schlagermusik sehr beliebt und es werden regelmäßig Schlagersendungen wie *Willkommen bei Carmen Nebel* oder *Die Frühlingsshow* im deutschen Fernsehen, meistens auf den öffentlich-rechtlichen Sendern, gesendet. Im Jahr 2013 gewann Beatrice Egli die Castingshow *Deutschland sucht den Superstar* bei RTL und sang dabei fast ausschließlich Schlagersongs. Diese Sendung spricht ein eher jüngeres Publikum an und dadurch, dass sich die Schlagersängerin Egli hier durchsetzen konnte, spricht einiges dafür, dass auch jüngere Menschen



Schlagersongs hören und er bei diesen wieder beliebter wird. Pendzich deutet die derzeitige Beliebtheit deutschsprachiger Musik kulturwissenschaftlich „[...] als ‚neues Selbstbewusstsein‘ im Umgang mit der eigenen Sprache und Gesellschaft und als Ausdruck des Bedürfnisses nach Authentizität“ (Pendzich 2008, S. 253). 2001 war der Single-Markt eingebrochen und die reine „One-Hit-Wonder-Politik“ brachte keine zufriedenstellenden Umsätze mehr. Mit dem deutschsprachigen Rock und Pop und Bands wie Juli<sup>169</sup> oder Silbermond sind Bands entstanden, die vor allem Alben herausbringen und sich nicht hauptsächlich auf den Single-Markt konzentrieren (vgl. Pendzich 2008, S. 253). Es kam also wieder zum nachhaltigen Künstleraufbau<sup>170</sup>, der besonders in den 90er Jahren kaum betrieben wurde und durch die One-Hit-Wonder- und Coverversionenstrategie ersetzt wurde. Album-Bands wurden nun wieder systematisch etabliert (vgl. Pendzich 2008, S. 254). Auch neue Labels wurden gegründet. Das Hamburger Independentlabel Grand Hotel van Cleef wurde 2002 von Thees Uhlmann – Sänger der Band Tomte – Reimer Bustorff und Marcus Wiebusch – beide Mitglieder in der Band Kettcar – gegründet (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 89). Es zeigt sich also, dass bei dieser Bewegung Wert auf einen langfristigen Erfolg gelegt wird und es nicht darum geht, One-Hit-Wonder zu produzieren, sondern möglichst viele, erfolgreiche Alben zu produzieren. Es ist eine kreative Szene entstanden.

Der deutschsprachige Rap, besonders der Gangsta-Rap, ist immer noch sehr beliebt bei deutschen Jugendlichen. Besonders die Rapper Sido und Bushido sind erfolgreich. Bushidos Album *Electro Ghetto* ist Ende 2004 auf Platz 6 der deutschen Charts eingestiegen (vgl. Loh 2005, S. 115). Allerdings werden die Texte der Gangsta-Rapper immer wieder in der Öffentlichkeit diskutiert, da z. B. folgende Zeilen in einem Song von Bushido vorkommen: „Ihr könnt lauter schreien, doch ich bin der mit dem harten Schwanz. Ich mach jetzt Ernst und bring Rap wieder ins Vaterland“ (Loh 2005, S. 115). Immer wieder kommt es in der Öffentlichkeit zu Diskussionen über ein Verbot dieser Musik und einem Boykott der Musikvideos. Dieser deutschsprachige Rap ist eindeutig der Jugendmusik zuzurechnen, da er ausschließlich von Jugendlichen gehört und von Er-

---

<sup>169</sup> Die Sängerin der Band Juli, Eva Briegel, sagt von sich selbst, dass sie auf Deutsch singt, weil sie sich besser in ihrer Muttersprache ausdrücken könne und sie nur auf Deutsch die deutschen Hörer erreichen und direkt ansprechen könne (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 216).

<sup>170</sup> „In Deutschland gilt Künstleraufbau heute aufgrund verkürzter Produktzyklen als riskanter und schwieriger denn je. Doch in den USA, in Großbritannien und in Frankreich findet Künstleraufbau weiterhin mit großem Erfolg statt“ (Pendzich 2008, S. 254).



wachsenen abgelehnt wird. Im deutschsprachigen Hip-Hop gibt es aktuell, im Jahr 2013, interessante Entwicklungen. Immer mehr deutsche Hip-Hopper werden in Deutschland mit ihren deutschsprachigen Texten erfolgreich. Diese stehen im Gegensatz zum Gangsta Rap, weil ihre Texte von alltäglichen Problemen oder Liebe handeln und es sich meist um „intelligente“ Texte handelt. Zu nennen sind hier Musiker wie Casper, Marteria, Samy Deluxe oder OK Kid. Heutzutage ist festzustellen, dass Jugendliche oft gleichzeitig mehrere verschiedene Musikstile hören, wie z. B. Hip-Hop, Techno und Britpop. Es findet also eine Stildurchmischung statt (vgl. Risse 2008, S. 55).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die deutsche Sprache in der deutschen Musik heute eine große Rolle spielt und es einige Beispiele gibt, die zeigen, dass man mit deutschsprachiger Musik auch sehr erfolgreich im Ausland sein kann. Deutschsprachige Musik ist nicht nur auf eine bestimmte Stilrichtung beschränkt, sondern lässt sich in der Pop- und Rockmusik oder im Hip-Hop finden. Auch in der Reggae-Musik lässt sich ein sehr erfolgreicher Musikexporteur finden: Gentleman. Das am Anfang des Kapitels stehende Songtextzitat von Rammstein zeigt, dass die deutschsprachigen Songs sehr dominierend sind. Im Vergleich zu den 80er Jahren steckt hinter den heutzutage auf Deutsch singenden Musikern keine Bewegung. Natürlich gibt es in Deutschland nicht nur Bands, die deutschsprachige Musik machen. Englischsprachige Musik machen z. B. die Beatsteaks<sup>171</sup>, Sarah Connor und die Mehrzahl der seit Jahren jedes Jahr neu gecasteten Bands sowie Sängern und Sängerinnen der Castingshows, wie z. B. die No Angels, Monroe oder Mark Medlock. Es gibt einige bekannte deutsche DJs, die im Ausland erfolgreich sind, z. B. Paul van Dyk, der mit seiner elektronischen Musik weltweit Erfolge feiert. Er hat über drei Millionen Alben verkauft. Am Silvesterabend 2008 spielte er für über eine Million Menschen in Rio de Janeiro, was seine weltweite Popularität zeigt. Er legt u. a. in New York, Ibiza, London, China, Singapur und Indien auf. Paul van Dyk hat weltweit zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhalten und wurde z. B. 2005 für den Grammy als *Best Dance/Electronic Album* für sein Album *Reflections* nominiert (vgl. <http://www.paulvandyk.de/#artist>). Jedoch sind die im Ausland erfolgreichen Musiker auch mit deutschsprachigen Songs erfolgreich. Im Ausland werden hauptsächlich deutsche Bands geschätzt, „[...]

---

<sup>171</sup> Die Band Beatsteaks wird als heimisches Phänomen bezeichnet, jedoch kann sie auch auf Erfolge im Ausland zurückblicken. Sie trat z. B. beim iTunes-Festival in London auf oder vor 3000 Leuten in Tschechien (vgl. Koch 2011).

die überdeutsch singen (Rammstein), Schwachsinn singen (Scooter) oder einfach selten singen (Kraftwerk)“ (Koch 2011). Hier zeigt sich ein wesentlicher Unterschied zu Schweden, da die schwedischen Bands so gut wie nur mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind. Wie in Kapitel 3.1.6 herausgestellt wurde, gibt es überaus viele schwedische Bands, die im Ausland erfolgreich sind. Der Musikexporterfolg Schwedens beschränkt sich nicht auf ein Genre, sondern auf mehrere, besonders auf die Pop-, Rock- und House-Musik. Auch der Erfolg deutscher Musiker im Ausland ist nicht auf ein Genre beschränkt. Der Unterschied zwischen dem deutschen und schwedischen Musikexporterfolg liegt in der Verwendung unterschiedlicher Sprachen. Es gibt zwar auch einige deutsche Bands, die wie die schwedischen mit englischsprachigen Songs Erfolg im Ausland haben, jedoch gibt es kaum schwedische Musiker, die mit Songs in ihrer Heimatsprache im Ausland erfolgreich sind. In Deutschland zeigt sich hier ein komplett anderes Bild, da die deutschen Musiker sowohl in Deutschland selbst mit deutschsprachigen Songs erfolgreich sind als auch im Ausland. Die deutschsprachigen Musikproduktionen sind in Deutschland seit 2004 wieder sehr angesagt und beschränken sich weder auf ein Genre noch geht es darum, nur eine Single zu veröffentlichen. Wichtig ist, dass die Alben Erfolg haben und ein langfristiger Erfolg gewährleistet wird. Dies trifft auch auf die schwedische Musikszene zu. Eine weitere Gemeinsamkeit ist, dass die beiden in den 70er Jahren herausragenden Musikexporteure ABBA und Kraftwerk weiterhin Erfolg haben. Am Beispiel der Erfolge der im Folgenden dargestellten Bands bekommt man einen Einblick in die aktuelle deutsche Musikgeschichte und ihre Exporterfolge.

### 3.2.6.1 Tokio Hotel

Sehr erfolgreich in Deutschland und auch im Ausland ist die Band Tokio Hotel. Diese Band besteht aus den Zwillingen Bill und Tom Kaulitz sowie Gustav Schäfer und Georg Listing. Die Band existiert seit 2001 und ist seit 2005 kommerziell sehr erfolgreich. Schon ihre erste Single *Durch den Monsun* erreichte Platz 1 in den deutschen Charts. In Frankreich, Israel und den USA konnte sich die Band mittlerweile eine große Fanbasis aufbauen (vgl. Brautlecht 2008). Das Debütalbum *Schrei* beinhaltet nachdenkliche Texte und mischt düsteren Rock mit Teenie-Pop (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 235). „Unmittelbar nach dessen Veröffentlichung 2005 begann ein Hype um **Tokio Hotel**, wie ihn zu-

mindest Europa seit den Beatles nicht mehr erlebt hat“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 235). Ihre Musik ist rockig und ihr zweites Album klingt noch rockiger als das erste. In ihren Songs sind Hardrock-Einflüsse zu hören, manche Songs erinnern an Grunge und es gibt einige Riffs, die nach Emo-Rock klingen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 205). In den USA gelang ihnen im September 2008 ein großer Erfolg. Sie „[...] sind bei den MTV Video Music Awards als beste Nachwuchskünstler geehrt worden“ (Spiegel.de 2008). Bisher gelangen nur wenigen deutschen Musikern, wie Rammstein, den Scorpions und Kraftwerk, größere Erfolge in den USA. Vielfach wird berichtet, dass wegen der Band Tokio Hotel im Ausland von den Jugendlichen und Kindern vermehrt Deutsch gelernt wird (vgl. Isermann 2007). Die Band schaffte es, mit ihren deutschsprachigen Songs im Ausland erfolgreich zu werden und mittlerweile singt sie dort sogar auf Englisch, um den Erfolg noch zu steigern (vgl. Ross/Ritter 2007). Das auf Englisch gesungene Album *Scream* eroberte in Frankreich, Spanien, Italien, Skandinavien, Holland und vielen osteuropäischen Ländern die dortigen Charts. Besonders Jugendliche interessieren sich für die Band, und das sogar außerhalb von Europa (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 205). Mittlerweile haben sich die Bandmitglieder von Tokio Hotel auch anderen Aufgaben zugewandt. Bill Kaulitz modelt z. B. und ist schon auf mehreren Fashionshows für Designer gelaufen. Im Jahr 2013 sind Bill und Tom Kaulitz als Juroren für die deutsche Castingshow *Deutschland sucht den Superstar* tätig. Die Band Tokio Hotel zeigt genau wie die Band Rammstein, dass man mit deutschsprachiger Musik großen Erfolg im Ausland haben kann. Jedoch steigerte Tokio Hotel ihren Erfolg durch die Herausgabe von englischsprachigen Versionen ihrer Songs. Der Hype, der in Deutschland und im Ausland um die Band entstanden ist, ist enorm und es wird deutlich, dass auch im 21. Jahrhundert neue, junge, kreative, eigenständige deutsche Bands entstehen, die mit selbstgeschriebenen Songs weltweit erfolgreich werden können. Tokio Hotel ist seit 2010 nicht mehr musikalisch aktiv und vergab somit die Chance, eine in dem Umfang erfolgreiche Band zu werden wie die Beatles oder ABBA. Jedoch hat sich die Band nicht aufgelöst und wird in Zukunft mit Sicherheit noch ein Album herausgeben.

### 3.2.6.2 Rammstein

Besondere Bedeutung für die deutsche Musikgeschichte hat die Band Rammstein, da sie eine der erfolgreichsten, wenn nicht sogar die erfolgreichste deutsche Band im Ausland ist. In Deutschland selbst feiert sie seit 1994 große Erfolge. Ihre Musik zeichnete sich vor allem am Anfang dadurch aus, dass schroffe, raue Gitarrenriffs mit Elektroniksounds vermischt wurden. Die Mischung aus Elektronik und Metal hob Rammstein von anderen Heavy-Metal-Bands wie Metallica oder Iron Maiden ab (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 63). Ihre Musik wird oft als „Neue Deutsche Härte“ bezeichnet (vgl. Lüke 2008, S. 15). „[...] [D]en Sound, den Band und Produzent zustandebrachten, hatte es vorher in der deutschen Rockmusiklandschaft nicht gegeben“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 62). Elektronikmusik war in der Entstehungszeit von Rammsteins erstem Album sehr angesagt und somit passte ihr erstes Album mit dem Dance-Metal-Mix gut in die damalige Zeit. Der Gesang des Sängers Till Lindemann ist sehr auffällig, da er die Songs mit tiefer und durchdringender Basstimme intoniert und außerdem das *R* rollt (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 63). Anfangs sang Rammstein auf Englisch, wechselte dann aber zur Muttersprache, da Lindemann anmerkt, dass das Texten auf Deutsch einfacher sei. Außerdem klinge es härter (vgl. Groß/Schmidt 2011, S. 99). „Deutsch hat die Musik viel besser illustriert als Englisch mit seinen weichen Vokalen“ (Groß/Schmidt 2011, S. 99f.) Es gibt aber z. B. einen Song, in dem Rammstein auf Englisch und auf Deutsch singt. Dies ist der Song *Pussy*, welcher Platz 1 der Charts erreichte.

Immer wieder ist Rammstein in die politisch rechte Ecke verortet worden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 63) und somit wurden anfangs ihre Videos von MTV boykottiert und auch die deutschen Radiostationen spielten ihre Songs nicht (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 67 und 82). Die Band Rammstein, einst linke Ostpunks, stand schon früh unter Naziverdacht. Eingängige Melodien, harte Rhythmen, dunkles Textgeraune, all das führte u. a. zu dem Verdacht (vgl. Schmidt 2011, S. 97). Allerdings gab es den Naziverdacht nur in Deutschland, in anderen Ländern kam man nie auf die Idee, Rammstein als Nazis zu bezeichnen. Lindemann sagte im Interview mit dem *Rolling Stone*, dass er Nazis hasse. Außerdem veröffentlichte Rammstein den Song *Links 2 3 4*, der ihre politische Einordnung eindeutig klärte (vgl. Groß/Schmidt 2011, S. 102). Rammstein wurde aber auch wegen der sexistischen und gewaltverherrli-

chenden Texte und den martialischen Inszenierungen von Liveauftritten und Videos kritisiert (vgl. Eggert/Kaminski/Koch 2001, S. 53). Trotz dieser Kontroversen ist Rammstein „[...] zum erfolgreichsten deutschen ‚Act‘ und popmusikalischen Exportartikel (v. a. in den USA) geworden“ (Eggert/Kaminski/Koch 2001, S. 53). Gerade Provokation und skandalträchtiges Auftreten wird oft bewusst als Marketingstrategie eingesetzt (vgl. Eggert/Kaminski/Koch 2001, S. 53). Ihre Texte werden unterschiedlich wahrgenommen. Martina Lüke fordert z. B., dass die Behandlung der Texte Rammsteins in die Lehrpläne von Universitäten im Ausland oder High Schools aufgenommen werden sollte und dazu verwendet werden sollen, die deutsche Sprache zu lernen, da viele der Songtexte Rammsteins an klassischer deutscher Musik oder Literatur angelehnt sind (vgl. Lüke 2008, S. 15). Der Song *Dalai Lama* ist z. B. eine moderne Version von Goethes *Erlkönig*: „Ein Flugzeug liegt im Abendwind; An Bord ist auch ein Mann mit Kind; Sie sitzen sicher, sitzen warm; Und gehen so dem Schlaf ins Garn“ verglichen zu Goethes *Erlkönig* „Wer reitet so spät durch Nacht und Wind? Es ist der Vater mit seinem Kind; Er hat den Knaben wohl in dem Arm, Er hält ihn sicher, er hält ihn warm“ (vgl. Lüke 2008, S. 17). Auch an klassischen deutschen Kinderbüchern wie dem *Struwwelpeter* von Hoffmann oder aus deutschen Kindersendungen wie dem *Sandmann* sind Textzeilen angelehnt worden (vgl. Lüke 2008, S. 18).

Während die Singles zuerst keinen Erfolg in den Charts hatten, schaffte es das Album *Herzeleid*, welches 1995 veröffentlicht wurde, auf Anhieb auf Platz 6 in den deutschen Album-Charts. Bis Dezember 2005 ist das Album weltweit über 1,5 Millionen Mal verkauft worden und bekam somit eine Platin-Auszeichnung. Für den Erfolg Rammsteins ist nicht nur die neue Metal-Mischung, sondern auch ihre außergewöhnliche Live-Show verantwortlich (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 67). Der Tabubruch<sup>172</sup> ist bei Rammstein Programm und ihre Songs handeln von Mord, Vergewaltigung, Sado-Masochismus oder Nekrophilie (vgl. Herrwerth 1998, S. 140). Rammstein, dessen Sänger, Till Lindemann, im Privatleben alleinerziehender Vater, setzt trotzdem auf Aggression und Gewalt (vgl. Herrwerth 1998, S. 141). „Keine Formation wirkt vorgeblich deutscher, keine aber ist internationaler“ (Schmidt 2011, S. 97). Heute wird Rammstein als „perfekt choreographiertes Kunstprojekt“

---

<sup>172</sup> Zeilen aus Rammsteins Song *Tier*: „Er wird zu seiner Tochter gehen, / sie ist schön und jung an Jahren, / Und dann wird er wie ein Hund / mit eigen Fleisch und Blut sich paaren“ (Herrwerth 1998, S. 140).



angesehen, die auch unter den Vertretern der Hochkultur Fans, wie z. B. Katharina Wagner<sup>173</sup>, haben (vgl. Schmidt 2011, S. 98). Die Band bleibt aber weiterhin umstritten.

Da Rammsteins Songs nicht oder nur selten im Radio gespielt werden und die Band nur selten zu TV-Shows eingeladen wird, spielt Rammstein sehr viele Konzerte, um bekannt zu werden. Heutzutage ist die Band in vielen Ländern erfolgreich, wie z. B. in den USA, Australien, Japan und natürlich in Europa. Sie ist weltweit auf Tour gegangen und erreichte vor allem dadurch ihre weltweite Popularität (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 94 und 121). Ebenso wurde sie weltweit bekannt, weil mehrere ihrer Songs als Soundtracks für international erfolgreiche Filme verwendet wurden, wie z. B. für *Resident Evil* (2002) oder *The Matrix* (1999) (vgl. Lüke 2008, S. 15). Kennzeichnend für die Konzerte ist die verwendete Pyrotechnik. Ihre Konzerte erinnern nicht so sehr an ein Rockkonzert, sondern eher an eine moderne Oper. Die Band spielt mit Symbolen und provoziert dadurch. Provokation regt zum Nachdenken an und ist eine wichtige Aufgabe der Kunst. Auch Regisseure in der Oper machen dies (vgl. Rasch 2011, S. 102). „Weltweit lernen Schüler und Studenten die deutsche Sprache mit Hilfe von Rammstein-Texten“ (Brumme 2006). Rammstein erzeugt Polarisierungen und entfacht Diskussionen. „In der internationalen Wahrnehmung ist Rammstein unverkennbar ‚deutsch‘“ (Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 90). „Rammstein ist böse und deutsch und ironisch und lebensbejahend bis zur Ekstase - eine explosive Mischung, der weltweite Erfolg zeigt es“ (Brumme 2006). Rammstein ist wohl die erfolgreichste deutschsprachige Band überhaupt, wie die US-Musikzeitschrift *Billboard* schrieb. Auch in Schweden gewann Rammstein große Popularität und ihrem Album *Reise, Reise*<sup>174</sup> gelang im Jahr 2004 auf Anhieb der zweite Platz in den schwedischen Album-Charts und auch das Album *Rosenrot*<sup>175</sup> aus dem Jahr 2005 erreichte den zweiten Platz in Schweden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 148 und 169). Die Band gewann 1999 den Echo als „Erfolgreichste

---

<sup>173</sup> Katharina Wagner ist die Urenkelin des Komponisten Richard Wagner und Leiterin der Bayreuther Festspiele.

<sup>174</sup> Das Album setzte sich in vielen Ländern an die Chartspitze: in Mexiko, Finnland, Island, Estland, Deutschland, der Schweiz und Österreich. In Großbritannien erreichte das Album Platz 37 und in den USA Platz 61. In ganz Europa, genauer in 19 Ländern, gab es weitere Top Ten-Chartplatzierungen (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 148).

<sup>175</sup> Goldene Schallplatten gab es für das Album in Österreich, Dänemark, Finnland, Tschechien und in der Schweiz. In Deutschland erreichte das Album Platz 1 der Charts und in vielen europäischen Ländern gab es Top Ten-Platzierungen für das Album (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 169).



ationale Künstler im Ausland“ und wurde im selben Jahr in der Kategorie „Best Metal Performance“ in den USA für den Grammy nominiert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2006, S. 103). Die Band Rammstein ist hier so ausführlich dargestellt worden, da sie wohl die weltweit bekannteste deutsche Band ist. Sie hat etwas Eigenständiges geschaffen und orientiert sich nicht an angloamerikanischer Musik. Die Band wirkt auf das Ausland faszinierend und bedient viele deutsche Klischees. Die Band „[...] bedient das germanische Klischee und funktioniert deshalb international besser als jede deutsche Band, die so tut, als käme sie auf London oder Los Angeles“ (Renner/Wächter 2013, S. 41). Durch Tabuverletzung verfolgen sie eine erfolgreiche Verkaufsstrategie.

### 3.2.6.3 Cascada

Cascadas Musik ist in die Kategorie der Dancemusik einzuordnen und ist auch im Ausland äußerst erfolgreich. In den USA erreichte die Band eine Platzierung in den Top Ten (vgl. Billboard Cascada) und in vielen europäischen Ländern landete sie auf Platz 1 der Charts, so z. B. in England. Die Sängerin der Band, Natalie Horler, kam schon früh mit Musik in Berührung, da ihr Vater ein bekannter Jazz-Musiker ist. Schon mit 18 nahm sie im Studio mehrere Tracks für verschiedene DJs auf. 2004 gründete sie mit den Produzenten Yann Pfeifer und Manuel Reuter Cascada. Mit dem Hit *Everytime We Touch*, einer Coverversion, wurde Cascada international bekannt. Auch in den USA wurde der Song ein Hit und das, ohne dass die Band dort bis dahin auf Tour gegangen war (vgl. Cascada). In Schweden ist der Song unter den Top 30 der erfolgreichsten Hits der Chartgeschichte seit 1975 gelistet (vgl. Swedishcharts.com). Dieser erste Hit ist von R&B, Soul und Rap beeinflusst worden. Für ihr gleichnamiges Album *Everytime We Touch* bekam Cascada dann einen *World Music Award* in der Kategorie *World's Best-Selling German Artist*. Auf ihrem vierten Album sind ihre Songs unterschiedlichen Genres zuzuordnen, manche sind reine Popsongs, andere enthalten Gitarren oder Housebeats. Die Arbeit an dem Sound der Songs ist für Cascada enorm wichtig (vgl. Cascada). Im Jahr 2013 vertrat Cascada Deutschland beim Eurovision Song Contest und erreichte Platz 21. Das Beispiel der Band Cascada zeigt, dass deutsche Musiker auch mit englischsprachigen Songs im Ausland sehr erfolgreich sind, nicht nur im Rockmusikgenre, sondern auch im Bereich der Dancemusik.

### 3.2.7 Zusammenfassung

Bei der Betrachtung der deutschen Musikgeschichte fällt auf, dass der deutsche Schlager eine wichtige Rolle spielt, vor allem in den ersten dargestellten Jahrzehnten. Die Beliebtheit des Schlagers in den 50er und 60er Jahren kann damit erklärt werden, dass die Erwachsenen die schrecklichen Erfahrungen, die sie während des Zweiten Weltkrieges machen mussten, vergessen wollten und dies gelang am besten mit fröhlichen Schlagersongs, die eine heile Welt beschworen und Probleminhalte mieden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 14). Aufgrund seiner Geschichte gibt es in Deutschland keine volksmusikalischen Formen, auf denen die jeweiligen Musiker fußen können, wie dies in den europäischen Nachbarländern der Fall ist (vgl. Kuhnke/Miller/Schulze 1976, S. 18). Von den 50er Jahren bis in die 70er Jahre hinein wird beklagt, „[...] daß es in der Bundesrepublik keine eigenständige populäre Musik gibt“ (Kuhnke/Miller/Schulze 1976, S. 18). Traditionell wird der deutsche Musikmarkt stark von den angloamerikanischen Musikmärkten geprägt (vgl. Pendzich 2004, S. 376). Die Darstellung der deutschen Populärmusikgeschichte zeigt, dass es heutzutage eine eigenständige deutsche Populärmusik gibt. Die Entstehung dieser dauerte allerdings länger als in anderen Ländern (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 13). Ab der Mitte der 70er Jahre merkte man in der deutschen Populärmusik eine deutliche Veränderung, die Musik wurde abwechslungsreicher und eigenständiger, unterschied sich also auch von der Musik der anderen europäischen Länder. Die NDW entwickelte sich in Deutschland und es gab keine vergleichbare Musikbewegung in anderen Ländern. Die kreativen Ursprünge des Techno/Eurodance entstanden in Deutschland und dieser verbreitete sich dann international. Deutsche Musik beeinflusste somit auch andere Länder. Heutzutage gibt es viele erfolgreiche deutsche Musiker von denen viele auch im Ausland erfolgreich sind. Die deutschen Musiker sind nicht nur in einem einzigen Genre erfolgreich, sondern in vielen verschiedenen. Besondere Bedeutung hat in Deutschland das Singen in der Muttersprache Deutsch. „Weltweit wurde kein anderer großer Musikmarkt jemals derartig systematisch mit landessprachlichen Versionen internationalen Repertoires versorgt wie der Musikmarkt der Bundesrepublik Deutschland [...]“ (Pendzich 2004, S. 288). Die Beliebtheit deutschsprachiger Musik in Deutschland lässt sich am einfachsten damit erklären, dass die Hörer die Texte auf Anhieb verstehen und sich damit identifizieren können. Warum sind deutschsprachige Songs oftmals auch im Ausland

beliebt, obwohl die meisten die Texte nicht verstehen? Auf der Popkomm wurden z. B. Kontakte zwischen Deutsch singenden Bands und ausländischen Labels hergestellt. Diese wollen trotz der nicht vorhandenen Deutschkenntnisse deutschsprachige Songs veröffentlichen, weil sie durch die Melodien überzeugt wurden (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 213). Aber es darf nicht außer Acht gelassen werden, dass deutsche Musiker auch mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind, jedoch verwundern die Erfolge der deutschsprachigen Songs eher als die der englischsprachigen, da die deutschsprachigen Songs im Ausland oft nicht verstanden werden. Allerdings sollte man bedenken, dass viele Songs angloamerikanischer Musiker im Ausland nicht verstanden werden und trotzdem erfolgreich sind.

Die Unverständlichkeit blockiert nicht den Zugang zur Popmusik, sie macht vielmehr ein entscheidendes Moment ihrer Attraktivität aus [...]. Die Konfrontation mit fremdsprachiger Popmusik eröffnet eine Form des Verstehens, die ihre Produktivität nicht aus der häufig mit Pop assoziierten universalen Verständlichkeit, sondern gerade aus dem Moment des Nichtverstehens, der Unverständlichkeit, zumindest aber des Missverstehens schöpft (Schumacher 2002, S. 26).

An diesem Zitat wird deutlich, dass das Nichtverstehen einer Sprache und somit eines Songtextes kein Mangel sein muss. Man versteht den Text nicht, kann sich aber selbst ausmalen, worum es gehen könnte, man kann versuchen, den Song mitzusingen und entwickelt dadurch womöglich eine andere „Sprache“.

### **3.3 Exkurs: Populärmusik in Dänemark**

Dieses Kapitel befasst sich mit der Musikgeschichte Dänemarks. Es ist nicht das Ziel dieses Kapitels, die Musikgeschichte der Populärmusik so ausführlich darzustellen, wie dies in den beiden vorherigen Kapiteln zur Musikgeschichte Deutschlands und Schwedens geschehen ist, weil die vorliegende Dissertation einen Vergleich zwischen Deutschland und Schweden zum Ziel hat. Da es sich bei Dänemark, genau wie bei Schweden, um ein skandinavisches Land handelt, eignet sich dieses Land optimal als Vergleichsland zu Schweden, um die Frage beantworten zu können, ob und warum Schweden – bezogen auf die Musikgeschichte und die Auslandserfolge – international mehr Aufmerksamkeit erhält und erfolgreicher ist als die anderen skandinavischen Länder. Es ist das Ziel dieses Kapitels herauszustellen, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den zwei skandinavischen Ländern bezüglich der Musikgeschichte

der 50er Jahre bis heute vorliegen, um Rückschlüsse auf die unterschiedlichen Musikexporterfolge der beiden Länder ziehen zu können.

Genau wie in Schweden kam die Rockmusik in den 50er Jahren nach Dänemark. In Dänemark gab es den Rock'n'Roll seit 1956 (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 9; Madsen 1987, S. 81). Der Rock'n'Roll wurde durch Bill Haleys Film *Rock around the Clock*<sup>176</sup> und den gleichnamigen Song aus den USA nach Dänemark gebracht. Er wurde zuerst als Tanz in Dänemark eingeführt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 9). Es zeigen sich in den 50er Jahren Parallelen zu Schweden. Die Rockmusik wurde in beiden Ländern durch Bill Haleys Film und den gleichnamigen Song bekannt. Nachdem man in Dänemark in den 50er Jahren anfangs noch auf Dänisch sang und die ausländischen Hits imitierte, wechselte man zum Englischen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 13). Auch die englischen Sprachkenntnisse betreffend zeigt sich, dass hier keine Unterschiede zwischen den beiden skandinavischen Ländern zu finden sind. Die Englischkenntnisse der dänischen Musiker waren sehr schlecht (vgl. Madsen 1987, S. 10). Als Beispiel kann der Rockmusiker Ivan Haagensen, genannt Melvis, angeführt werden, der schon als 16-Jähriger, 1957<sup>177</sup>, an Amateurwettbewerben teilnahm (vgl. Bille u. a. 2002, S. 313). *You emma-nomma-bomma hound dog* sang Melvis, nachdem er den Song *You ain't nothin' but a hound dog* gehört hatte (vgl. Madsen 1987, S. 81). An diesem Beispiel kann man erkennen, dass die dänischen Musiker die englischen Songtexte nur phonetisch nachahmten und keine guten Englischkenntnisse besaßen. Insgesamt ist festzustellen, dass die dänische Rockmusik lange Zeit nur eine Kopie der ausländischen Originale war, es gab z. B. dänische Ausgaben von Songs von Cliff Richard oder Tommy Steele (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 13). „[...] [M]en noget særlig originalt dansk er der ikke tale om – hverken stil- eller sprogmæssigt“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 135). Wie in Schweden gab es auch in Dänemark Rockkönige. Ib Jensen war der erste dänische Rockkönig (vgl. Madsen 1987, S. 83). Erwähnenswert ist auch Otto Brandenburg, der das erste dänische Rock'n'Roll-Idol war (vgl. Bille u. a. 2002, S. 93; Bundgaard 2005, S. 35; Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 15). Er konnte das Publikum mit englischen und dänischen Texten überzeugen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 15). Brandenburg ging nicht nur in Dänemark, sondern auch in Schweden

---

<sup>176</sup> Der Film hatte am 5. August 1957 in Kopenhagen Premiere (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 11).

<sup>177</sup> Mose, Jacobsen und Nielsen führen an, dass er schon ab 1956 an Amateurwettbewerben teilnahm (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 76).

und Deutschland auf Tour, wo er länger als in Dänemark selbst populär war (vgl. Bille u. a. 2002, S. 93). In Schweden nahm er 1962 sogar am schwedischen Melodi Grand Prix teil und er nahm Schallplatten mit den schwedischen Bands Hans Wahlgrens Orkester und The Customs auf (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 24). Außerdem tourte er für kurze Zeit in England und in den USA, wo er als Ole Brandenburg<sup>178</sup> auftrat (vgl. Gjedsted 1985, S. 35). Außerdem gehörte Ivan Haki Haagensen, genannt Melvis, zu den ersten dänischen Rock'n'Roll-Musikern (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 14). Melvis wurde von Tommy Steele beeinflusst (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 76). Interessant ist die Tatsache, dass es in Dänemark bis 1958 Importbeschränkungen gab, so dass es schwierig war, an neue Schallplatten aus dem Ausland zu kommen und diese mussten teilweise über Schweden importiert werden<sup>179</sup> (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 13). Außerdem konnten die Schallplatten in Dänemark nur unter primitiven Umständen eingespielt werden, meistens wurden sie in Kirchen eingespielt, da es noch keine richtigen Schallplattenstudios gab (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 11). Die Musikgeschichte der 50er Jahre in Schweden und Dänemark unterscheidet sich in den wichtigsten Punkten nicht voneinander. Beide Länder orientierten sich an amerikanischen Songs, coverten hauptsächlich und die englischen Sprachkenntnisse der Musiker waren zumeist sehr schlecht. Trotzdem sangen sie spätestens ab 1958 auf Englisch. Es gab in beiden Ländern keine nennenswerten Musikexporterfolge, nur die gerade vorgestellten Rockkönige konnten vereinzelt kleinere Erfolge und Tourneen im Ausland, meist in den anderen skandinavischen Ländern und in Deutschland, vorweisen. Einen Vorteil besaß Schweden dadurch, dass es hier keine Importbeschränkungen für Schallplatten aus dem Ausland gab, so dass die schwedische Bevölkerung und die schwedischen Musiker leichter und schneller an Musik aus dem Ausland kamen als die dänische Bevölkerung und die dänischen Musiker.

Genau wie in Schweden gab es auch in Dänemark, bevor die Beatles ab 1963 mit ihrer Musik die Welt eroberten, die Instrumentalmusik, die durch Cliff Richard und The Shadows beeinflusst wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008,

---

<sup>178</sup> Auch in Deutschland trat er unter diesem Namen auf, da er im Gegensatz zu seinem deutsch klingenden eigentlichen Vornamen Otto dänisch klang (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 24).

<sup>179</sup> „F.eks. var det i flere år på grund af manglende distributionsaftaler umuligt at opdrive plader med Elvis Presley. Hvis man ville have plader med Kongen, måtte man i en periode tage til Sverige eller Tyskland“ (Bundgaard 2005, S. 31).



S. 18). Die 1959 in Kopenhagen gegründete Instrumentalband The Cliffters erreichte mit ihrem 1961 veröffentlichten Debütalbum zunächst den Durchbruch in Dänemark (vgl. Bille u. a. 2002, S. 108; Gjedsted 1985, S. 53). Mit der ebenfalls 1961 erschienenen Single *Django*, bei der es sich um einen Instrumentalhit handelt, erreichte die Band Erfolge im Ausland, da die von dem Dänen Mogens Petersen komponierte Single in 32 Ländern, u. a. in den USA, England und Japan, veröffentlicht wurde. Es handelte sich um den größten und ersten im Ausland erfolgreichen Instrumentalhit, der von einem Dänen komponiert wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 17; Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 32 und 85). Auch viele der folgenden Schallplatten der Cliffters wurden im Ausland herausgegeben (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 33).

Die neue britische Musik, die in den 60er Jahren nach Dänemark kam, wurde in Dänemark *pigtråd*<sup>180</sup> genannt. In ihren Anfängen wurden die Bands, die diesem Genre angehörten, von den Instrumentalgruppen, vor allem von The Shadows und Cliff Richard, beeinflusst, später dann durch die Beatles. Seinen Boom erlebte der Pigtråd, nachdem die Beatles die Welt und somit auch Dänemark eroberten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 18). 1964 gab The Beatles ein Konzert in Dänemark und die dänischen Pigtrådbands The Weedons, The Beethovens und The Hitmakers waren die Vorgruppen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 19). Nachdem The Beatles in Dänemark aufgetreten war, ging die Beatleshysterie auf dänische Bands über, z. B. auf die Band Les Rivals<sup>181</sup>, in der Peter Belli ab 1964 der Sänger war und die Band in Peter Belli & Les Rivals umbenannt wurde. Peter Belli wurde schnell zum König des dänischen Pigtråd (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 20). Peter Belli & Les Rivals tourte 1965 durch Schottland und Finnland und war die erste dänische Rockband, die nach Großbritannien kam (vgl. Bundgaard 2005, S. 53). Da Peter Bellis Englischkenntnisse sehr schlecht waren, riet der Textverfasser Thøger Olesen ihm, Songs auf Dänisch zu singen. Daraufhin spielte Belli mit Les Rivals eine dänische Version von The Kinks' *A well respected man* ein (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 24). „[...] [M]ed sangen introducerede [Belli] holdningsbevidste, dansksprogede tekster i dansk rock“ (Hegnsvad/Maegaard 2008,

---

<sup>180</sup> Das Wort *pigtråd* löste das Wort Rock'n'Roll ab, das in den 50ern gebräuchlich war. Der Pigtråd wurde auch als Beatmusik bezeichnet. Bis 1967 verwendete man aber lieber die Bezeichnung *pigtråd*, danach bis 1970 das Wort Beatmusik, das dann in den 70ern durch die Bezeichnung Rockmusik ersetzt wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 18).

<sup>181</sup> Les Rivals hieß vorher The Foottappers, da aber fast alle Bands zu der Zeit ein The im Namen trugen, nannte sie sich in Les Rivals um (vgl. Bundgaard 2005, S. 52).



S. 25). Peter Belli hat eine einzigartige Stimme, die der dänischen Rockmusik zum ersten Mal Charakter gab (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 135). „Bellis stemme varslede en ny tid for dansk rock. Han var også manden, der gjorde det legitimt at synge pigtråd på dansk [...]“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 135). Die meisten Pigtrådgruppen sangen jedoch auf Englisch. Zu den populärsten Pigtrådgruppen gehörte in den 60er Jahren die 1960 in Kopenhagen gegründete Band Hitmakers (vgl. Bille u. a. 2002, S. 214). Zu ihren Vorbildern gehörten The Shadows und Cliff Richard, später waren ihre Songs dann von den Beatles inspiriert worden. Sie war in Finnland erfolgreich, das zu der Zeit einen großen Markt für dänische Musik bot. 1966 tourte sie durch England (vgl. Bille u. a. 2002, S. 215). In Dänemark hatten die Beatles und die Rolling Stones<sup>182</sup> einen quantitativen Effekt auf die dänischen Rockmusiker (vgl. Madsen 1987, S. 82). „[...] [G]roups like The Defenders, The Hitmakers and The Baronets went on playing copies of foreign numbers, and The Lions, The Beefeaters<sup>183</sup>, The Clidows and others simply enlarged the repertoire with rhythm and blues copies“ (Madsen 1987, S. 82). Der Pigtrådklassiker *Belinda* wurde in den USA, Japan und mehreren europäischen Ländern herausgebracht (vgl. Bundgaard 2005, S. 47). Der bestverkaufte Hit der Pigtrådperiode war *Let's Go* von Sir Henry & His Butlers<sup>184</sup> mit 50.000 verkauften Exemplaren. Die meisten Songs waren Kopien ausländischer Hits (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 22). Dänische Pigtrådbands gab es nicht nur in den größeren Städten, sondern auch in Kleinstädten und Dörfern, während der Rock'n'Roll der 50er Jahre noch größtenteils auf die größeren Städte beschränkt war. Die großen dänischen Pigtrådbands tourten auch durchs Ausland, vor allem durch Finnland, Westdeutschland, Schweden und Norwegen (vgl. Bundgaard 2005, S. 48). 1967/68 wurde durch den Einfluss englischer und amerikanischer Bands das erste echte dänische Rock-Milieu geschaffen, nachdem die meisten Instrumentalbands nicht mehr existierten (vgl. Madsen 1987, S. 82). Die dänischen Rockmusiker verließen ihren Amateurstatus zugunsten von mehr Professionalität. Sie richteten ihre Augen nach England (vgl. Madsen 1987, S. 81). Viele dänische Rockbands,

---

<sup>182</sup> 1965 gaben viele britische Bands, wie z. B. The Who, The Kinks oder The Rolling Stones, Konzerte in Dänemark (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 23).

<sup>183</sup> Die Beefeaters spielte psychedelischen Bluesrock (vgl. Bundgaard 2005, S. 124).

<sup>184</sup> Mit dem Song *Camp* hatte Sir Henry einige Jahre später erneut internationalen Erfolg (vgl. Bundgaard 2005, S. 47). Diesmal nicht nur in Skandinavien, sondern auch in Holland und Australien (vgl. Bundgaard 2005, S. 48).

wie The Danish Sharks<sup>185</sup> oder Black Devils, nahmen Kopien von ausländischen Hits auf und fielen durch ihre auffallende Kleidung auf (vgl. Madsen 1987, S. 82). Es änderte sich einiges in der dänischen Rocklandschaft, da viel mehr Singles als zuvor produziert wurden, mehr Konzerte gegeben wurden, es gab umfangreiche Tourneen und es waren Bookingagenturen entstanden. Die für die Jazzmusik charakteristischen Saxophone wurden durch E-Gitarren ersetzt (vgl. Madsen 1987, S. 82). Man legte nun mehr Gewicht auf das Melodische (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 12). Außerdem wollten die Jugendlichen nun selbst Rockmusik machen (vgl. Bundgaard 2005, S. 41).

Ab 1965 beeinflusste Bob Dylan viele dänische Musiker (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 26). „[...] Bob Dylan modnede populærmusikken og gav den hjerne“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 26). In Dänemark kam es nun zu dänischen Übersetzungen von Songs, z. B. gab es Übersetzungen von Shel Silverstein-Songs, die von Povl Dissing gesungen wurden (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 26). Er brachte u. a. den Song *Den grimteste mand i byen* heraus, „[...] der med backing af Beefeaters og gennemtrængende leadguitar brød genren op og blandede lyrik, humor, protest og skæve sko“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 26). Thøger Olesen spielte in der Zeit ab 1967 eine große Rolle für die dänische Musik, da er sinnvolle Übersetzungen ausländischer Songs anfertigte, die dann von Povl Dissing, Cæsar<sup>186</sup> oder Peter Belli gesungen wurden (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 27). Keld Heick & The Donkeys startete „den danske bølge“ und kam mit dem Song *Ved Landsbyens Gadekjær* (1966) an die Spitze der Charts. Interessant ist, dass die Band von der schwedischen Band Sven-Ingvars beeinflusst wurde, die auch einen alten Schlagersong nahm und diesen mit modernen Beats versah (vgl. Smith-Sivertsen). Johnny Reimar brachte den dänischsprachigen Song *Lille Fregnede Louise* heraus. Viele Bands begannen nun auf Dänisch zu singen, so z. B. The Baronets oder The Defenders (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 25). 1967 gab es das erste dänische „Hippie-happening“<sup>187</sup>, bei dem Steppeulvene<sup>188</sup> als das

---

<sup>185</sup> The Danish Sharks wurde 1960 gegründet und war als Pigtrådgruppe auch in Belgien, Holland und Deutschland erfolgreich (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 95).

<sup>186</sup> „Cæsar blev i 1965 Danmarks første protestsanger med sange som ‚Storkespringvandet‘ og ‚Jorden i flammer‘“ (Bundgaard 2005, S. 60).

<sup>187</sup> Die Hippiezeit dauerte von 1967 bis 1973 (vgl. Bundgaard 2005, S. 20).

<sup>188</sup> Das Bandmitglied Eik Skaløe verschwand 1968 spurlos in Indien. „He is still something of a myth in Danish rock music“ (Madsen 1987, S. 83). Seine Leiche wurde 1968 gefunden und aus einem Abschiedsbrief lässt sich entnehmen, dass er Selbstmord begangen hatte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 30).

erste dänische Beatorchester teilnahm. Diese Band hatte Bob Dylan als Vorbild (vgl. Bille u. a. 2002, S. 68). Steppeulvene schrieb Songs auf Dänisch. Das Album *Hip* (1967) „[...] har været med til at forme dansk rocks selvforståelse“ (Bille u. a. 2002, S. 16). Es handelte sich bei dem Album um die erste dänische Rock-Schallplatte, die originale dänische Texte enthielt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 29). Die Texte wurden von Eik Skaløe geschrieben, der so die Lyrik in die dänischsprachige Musik brachte, da er eher Dichter als Sänger war. Trotz der durch Dylan inspirierten Songs<sup>189</sup>, schuf sie etwas Neues, das es vorher in der dänischen Musik noch nicht gegeben hatte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 137). „Pladen blev inspiration for en bølge af dansk rock og for gr. som *Skousen/Ingemann, Alrune Rod* og *Gasolin*“ (Gjedsted 1985, S. 231). Die Band veröffentlichte nur dieses eine Album und ihr letztes Konzert gab sie am 14. Oktober 1967 (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 30). Steppeulvenes Musik kann man als psychedelischen Folkrock bezeichnen (vgl. Bundgaard 2005, S. 124).

Es gab noch mehrere weitere Bands, die für das dänische Musikleben in den 60er Jahren eine Rolle spielten und die unterschiedliche musikalische Einflüsse besaßen. Klassische Musik war der Hintergrund für Savage Rose, Ache<sup>190</sup> und Alrune Rod<sup>191</sup>, während Blues die Grundlage für Young Flowers<sup>192</sup>, Beefeaters<sup>193</sup> und Delta Blues Band<sup>194</sup> war. Mothers of Invention war eine Inspira-

<sup>189</sup> Ellegaard spricht von der „Dylanisering af det danske sprog“ (Ellegaard 1975, S. 8).

<sup>190</sup> Ihre Single *Shadow of A Gypsy* wurde insgesamt 100.000 Mal in Frankreich verkauft. Reimar hatte dafür gesorgt, dass die Single im Ausland verkauft wurde (vgl. Bundgaard 2005, S. 216).

<sup>191</sup> „Hvad Pink Floyd var for englændere og Grateful Dead var for amerikanerne, var Alrune Rod for danskerne“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 32). Anfangs waren ihre Texte dänischsprachig (vgl. Bundgaard 2005, S. 220). Ihre ersten beiden Alben verkauften sich mit 11.000 bis 12.000 Exemplaren sehr gut (vgl. Bundgaard 2005, S. 223). Ihr drittes Album hieß *Alrune Rock* und schon der Titel zeigte, dass sich ihr musikalischer Stil geändert hatte. Ihr Stil war einfacher und direkter geworden, sie war zu einer Rockband geworden. Danach begann der Sänger auf Englisch zu singen, da die Band auch im Ausland Erfolg haben wollte (vgl. Bundgaard 2005, S. 224).

<sup>192</sup> „Bandet importerede den bluesbaserede, psykedeliske power-trio efter engelsk og amerikansk forbillede“ (Bille u. a. 2002, S. 553). „Young Flowers drog som den første danske gruppe over Atlanten for at turnere i Nordamerika“ (Bille u. a. 2002, S. 554). Jedoch blieb der große Erfolg dort aus (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 34). In den USA gab es Probleme mit der Arbeitserlaubnis, so dass die Band dort nicht richtig spielen konnte (vgl. Bundgaard 2005, S. 130). Sie war die erste dänische Flower Power-Band (vgl. Bundgaard 2005, S. 125).

<sup>193</sup> Ihr Album *Beefeaters* (1967) wurde von einem Engländer produziert und war das erste dänische Rockalbum, das über 10.000 Mal verkauft wurde (vgl. Bundgaard 2005, S. 103).

<sup>194</sup> 1980 nannte sie sich in Delta Cross Band um und ging in den folgenden drei Jahren in Skandinavien und Deutschland auf Tour (vgl. Madsen 1987, S. 91).

tionsquelle für Burnin Red Ivanhoe, „[...] som forenede avantgarde med rockrytmik fra Velvet Underground og The Who“ (Bille u. a. 2002, S. 68). Alle diese Bands werden dem Genre des Syrerock zugerechnet (vgl. Bille u. a. 2002, S. 68). Dieser wurde im Ausland als psychedelisch bezeichnet, in Dänemark wurde das Wort Beat verwendet. Diese Periode ist in der dänischen Rockgeschichte sehr wichtig, da viele wichtige Bands, wie z. B. Steppeulvene, Burnin Red Ivanhoe, Alrune Rod<sup>195</sup>, Young Flowers, Savage Rose und Gasolin, entstanden (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 27). Es gab im Jahr 1966 große Veränderungen in der ausländischen und dänischen Musikszene: Der Pigtråd sowie der Gitarrenpop waren nicht mehr so beliebt, insgesamt ging die Pigtrådperiode bis 1968 (vgl. Gjedsted 1985, S. 8). Der Rock (bzw. die Beatmusik) war jedoch 1968 in Dänemark so etabliert, dass die Rockmusik (z. B. Jimi Hendrix, The Doors) es schaffte, große Konzerthallen in Dänemark zu füllen (vgl. Bundgaard 2005, S. 178f.) Auffällig ist, dass die populären Bands der 60er Jahre oft ihre Mitglieder wechselten und untereinander austauschten. Torben Sardorff von The Cliffers ersetzte z. B. 1963 Benny Qvotrup bei The Hitmakers. Aus derselben Gruppe kam auch Bjarne de la Motte zu den Hitmakers (vgl. Bille u. a. 2002, S. 215). Bei der Reetablierung von Melvis & His Gentlemen holte Melvis zwei Mitglieder der Cliffers in seine Band (vgl. Bille u. a. 2002, S. 313). Steppeulvene bestand aus Stig Møller, Eik Skaløe und Søren Seirup, der bei den Beefeaters Mitglied war, und Preben Devantler, der mit Peter Belli in Les Rivals spielte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 30). Alles in allem war die dänische Musikszene in den 60er Jahren noch durch Kopien ausländischer Hits oder durch diese inspirierte Hits beherrscht. „I 1960'erne var det legitim praksis at indspille andres hits. Kort tid efter at nogen havde udgivet et nummer, kunne man høre andre lave en coverversion af det, enten på originalsproget eller i en fordansket udgave“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 135f.) Die Musiker coverten englischsprachige Hits und die dänischen Musiker lernten den Text durch eine phonetische Imitation (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 137).

Neben der Instrumentalgruppe The Cliffers, die beeindruckende Auslandserfolge erzielte, gibt es eine weitere dänische Band, die im Ausland erfolgreich war. Die Band Savage Rose, die in ihrer Musik Jazz, Rock und Klassik mitei-

---

<sup>195</sup> In England hatte man zu der Zeit Roadmanager und Mischpulte für den Sound, so dass sich Alrune Rod ein Mischpult kaufte. Sie war die erste dänische Rockband, die ein eigenes Mischpult besaß, das von einem Roadie bedient wurde (vgl. Bundgaard 2005, S. 220).

nander verband und somit sehr speziell und wie etwas mit nichts vorher in Dänemark Erschienenem vergleichbar war, wurde 1967 gegründet und bestand aus drei Pigtrådmusikern, einem Jazzmusiker und drei ausgebildeten klassischen Musikern (vgl. Bille u. a. 2002, S. 17 und 437; Bundgaard 2005, S. 188; Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 37). Dadurch, dass die Band in Skandinavien und in fast ganz Europa tourte sowie auf dem Newport Jazz Festival in den USA auftrat, war sie auch im Ausland bekannt (vgl. Bille u. a. 2002, S. 437; Gjedsted 1985, S. 203). Der internationale Schallplattenmarkt zeigte großes Interesse an Savage Rose, aber diese zog es vor, aus politischen Gründen Musik zu machen, statt eine internationale Karriere in Angriff zu nehmen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 50). Eine weitere im Ausland erfolgreiche dänische Band, die in den 60er Jahren gegründet wurde, war Burnin Red Ivanhoe, die eine der ersten skandinavischen Bands war, die internationale Aufmerksamkeit erlangte. Von 1970 bis 1972 spielte Burnin Red Ivanhoe in Finnland, Schweden, Norwegen, England und Westdeutschland. Die Band kam somit im Ausland gut an (vgl. Bille u. a. 2002, S. 99; Bundgaard 2005, S. 236). „This group toured Holland and England and was Danish rock’s strongest international representative together with Savage Rose“ (Madsen 1987, S. 84). Keine der dänischen Bands der 60er Jahre, wie z. B. Savage Rose, Burnin Red Ivanhoe, Beefeaters oder Young Flowers wurde weltberühmt (vgl. Bundgaard 2005, S. 239).

Zu den 50er Jahren zeigten sich folgende Unterschiede: es sind technische Verbesserungen<sup>196</sup> zu finden und das Provozierende und Wilde in der Musik verschwand weitestgehend. Außerdem stieg das kommerzielle Interesse (vgl. Mose/Jacobsen/Nielsen 1983, S. 13). Exporterfolge gab es in den 60er Jahren eher selten, es zeigten sich aber, wie an den aufgeführten Beispielen erkennbar, erste kleinere Auslandserfolge dänischer Musiker. Kleinere Tourneen wurden in Skandinavien und Westdeutschland gespielt, Hurdy Gurdy und Burnin Red Ivanhoe durften in England auftreten, Savage Rose erreichte Erfolge in den USA und Young Flowers in den USA und Canada (vgl. Bundgaard 2005, S. 239).

Zwischen Dänemark und Schweden zeigen sich hauptsächlich Parallelen, wenn man die Musikgeschichte der 60er Jahre vergleicht. In beiden Ländern war die

---

<sup>196</sup> Besonders die Band Alrune Rod zeigt dies. Sie war die Pionierband für „checket lydteknik“ in Dänemark. Allerdings lag die Technik auch Ende der 60er Jahre noch hinter der anderer Länder zurück (vgl. Bundgaard 2005, S. 220). „A.R. var en af de første virkelige lydbevidste gr. og benyttede sig af noget helt nyt – en mixerpult“ (Gjedsted 1985, S. 8).



Instrumentalmusik Anfang der 60er Jahre populär. Das Augenmerk richtete sich in den 60er Jahren auf England und man orientierte sich in beiden Ländern ab 1963/64 an englischen Bands. Die Songs in dieser Periode der Pop-/Beatmusik bzw. des Pigtråd – hier fällt auf, dass die Musik in beiden Ländern unterschiedlich bezeichnet wurde – waren meist Kopien englischer Hits, es wurde auf Englisch gesungen und es gab in beiden Ländern viele The-Bands. Dänemark und Schweden waren durch eine Zunahme des Amateurmusizierens und einer gesteigerten Anzahl an Bands geprägt. Es gab in Schweden und in Dänemark mehrere Bands, die durchs Ausland tourten, größere Musikexporterfolge gab es selten, in fast allen Fällen handelte es sich um kleinere Auslandserfolge. Die Beatperiode endete in beiden Ländern Ende der 60er Jahre, die Beatmusiker in Dänemark und in Schweden waren professioneller geworden, konnten aber nicht mit den angloamerikanischen mithalten. In beiden Ländern wurde Ende der 60er Jahre wieder auch in der Landessprache gesungen, jedoch scheint sich diese Entwicklung in Dänemark früher vollzogen zu haben.

1970 hatte die politische Rockmusik in Dänemark ihren Durchbruch, dieser wurde durch die Schallplatte *Johnny Gene mild og vand* von Røde Mor<sup>197</sup> ausgelöst. Die politische Rockmusik wurde u. a. durch die dänischen Bands Agitpop, Jomfru Ane Band, Slumstormerne und Oktobergruppen repräsentiert (vgl. Madsen 1987, S. 84). Die Pigtrådszene wandelte sich somit ab 1970 zu einer politischen Rockszenen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 40). Die Songs der politischen dänischen Rockbands waren auf Dänisch geschrieben worden, damit die Botschaft auch für alle Dänen verständlich war (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 137). Zu den auf Dänisch singenden Bands gehörten Gnags, die mit ihren dänischsprachigen Texten erfolgreich war und den Weg für Anne Linnet oder TV2 ebnete, und Shu-bi-dua, deren Album *Shu-bi-dua* sich über 300.000 Mal verkaufte und eine Mischung aus Rock und Danskpop war (vgl. Nielsen 2004, S. 52f.) Für die dänische Rockmusik auf dem internationalen Musikmarkt war kennzeichnend, dass es sich um „milden“ Rock handelte (vgl. Bundgaard 2005, S. 397). Die Frauen, die vorher keine große Rolle in der Rockmusik gespielt hatten, fingen nun an politischen Rock zu machen und ihre Meinung über Männer, Unterdrückung und Sexualität auszudrücken.

---

<sup>197</sup> Røde Mor war z. B. dafür bekannt, eine große Antiparti gegen die USA und den Vietnamkrieg zu haben, energische Bühnenauftritte abzuliefern und mit dem Kommunismus und Mao zu sympathisieren (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 47).



Die bekannteste Frauengruppe der 70er war Shit & Chanel<sup>198</sup> (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 51). Es gab in den 70er Jahren viele Rockbands. Gasolin war die erfolgreichste Rockband der 70er Jahre (vgl. Madsen 1987, S. 85). „Gasolin‘ fornyede i 70’erne dansk rock med en melodisk og meget dansk variant af engelsk og amerikansk garagerock“ (Bille u. a. 2002, S. 184). Ihre erste LP *Gasolin* mit dänischsprachigen Songs wurde schnell ca. 10.000 Mal verkauft, was für eine dänische Schallplatte eine hohe Zahl war (vgl. Bille u. a. 2002, S. 184). Ihr zweites Album *Gasolin’2* (1972) verkaufte sich sogar 25.000 Mal (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 39). In Dänemark war die Band sehr erfolgreich und erreichte auch in Norwegen und Schweden Idolstatus (vgl. Bille u. a. 2002, S. 185). Für die dänische Rockmusik war die Gruppe Skousen & Ingemann<sup>199</sup> bedeutend, die 1971 das Album *Herfra hvor vi står* herausgegeben hatte, welches melodiöse, einfache Rocknummern enthält „[...] with an obvious textual and structural debt to the medieval ballad. It heralded a new era of music that was more historically and poetically aware“ (Madsen 1987, S. 85). Die Poesie der dänischen Sprache kommt zum Ausdruck und insgesamt gesehen wurde in den 70er Jahren das Hauptaugenmerk auf die Texte gelegt. Anfangs schrieben die Bands ihre Texte nicht selbst, sondern holten sich Hilfe in Form von Dichtern oder Autoren, die ihnen die Texte schrieben. Z. B. engagierte Alrunerod den Verfasser Laus Bengtsson, Røde Mor<sup>200</sup> bekam Hilfe von Niels Brune und Gasolins Kim Larsen wurde von dem Dichter Mogens Mogensen unterstützt. Im Laufe der 70er Jahre kam es mehr und mehr dazu, dass die Bands selbst, meistens die Sänger, die Texte schrieben (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 137). Nach 1974 wurde die Rockmusik mainstreamartig. Das Progressive kam in den oft politischen Texten zum Ausdruck (vgl. Bille u. a. 2002, S. 68). In der dänischen progressiven Musik lag die Betonung auf den Texten (vgl. Eriksson 1975, S. 158). „Texterna är så viktiga att musiken kan bli av det trögflytande och osvängiga slaget“ (Eriksson 1975, S. 158). In den 70er Jahren verbreitete sich die Punkmusik über die USA nach England und dann im restlichen Europa (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 59). „In 1977 Sex Pistols and Clash exploded on England, while in Denmark the mori-

<sup>198</sup> Anne Linnet war ein Mitglied in der Band. Sie ebnete den Weg für viele andere weibliche Musikerinnen und ist heute eine der wichtigsten weiblichen Musikerinnen in der dänischen Musikgeschichte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 53).

<sup>199</sup> Viele Dänen konnten sich mit der Musik und der Botschaft der Texte identifizieren (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 45). Die Gruppe kreierte etwas speziell Dänisches.

<sup>200</sup> Es handelte sich bei Røde Mor um ein sozialistisches und propagandistisches Rockorchester (vgl. Bille u. a. 2002, S. 422).

bund polit-rock style competed with discos and glittering stage outfits for the privilege of boring unemployed youngsters to death“ (Madsen 1987, S. 87). Am 13.07.1977 gab die Band Sex Pistols ein Konzert in Dänemark und an diesem Tag kam der Punk nach Dänemark. Sods, später Sort Sol, spielte am 24.11.1977 das erste dänische Punkkonzert (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 60). Die erste dänische Punk-Schallplatte namens *Hvem slikker hvems* wurde 1978 von der Band Lost Kids herausgegeben. Schnell folgten weitere Punkbands wie Art in Disorder, Gate Crashers, No Knox oder NRG (vgl. Madsen 1987, S. 87). So gut wie alle großen dänischen Punkbands sangen auf Englisch. Nur einige kleinere, unbekanntere Punkbands sangen weiter auf Dänisch und ebneten damit den dänischsprachigen New-Wave-Bands den Weg (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 138). Neben den Punkbands gab es weitere auf Englisch singende Bands, wie z. B. die dänische Rockband Culpeper's Orchard (vgl. Bundgaard 2005, S. 361). Die eigentlich auf Dänisch singende Band Gasolin gab ab 1974 auch englischsprachige Ausgaben ihrer Alben heraus, jedoch gelang ihr trotzdem kein Durchbruch im Ausland. Gasolin forderte 1986 sogar von ihrer Schallplattenfirma, in den USA auftreten und ein Album herausbringen zu dürfen, aber der erhoffte Erfolg stellte sich nicht ein (vgl. Bille u. a. 2002, S. 185). „[...] [D]et amerikanske marked var ikke parat til denne danske udgave af amerikansk rock'n'roll“ (Bille u. a. 2002, S. 278).

Es zeigten sich weitere Veränderungen in der dänischen Musikbranche. In den 70er Jahren nahmen die Gewinne der Musikindustrie zu und viele Aufnahmestudios<sup>201</sup> wurden gegründet (vgl. Madsen 1987, S. 86). Die dänische Rockbranche, die in den 50ern und 60ern so gut wie nur aus Amateuren bestanden hatte, war nun professioneller geworden<sup>202</sup> (vgl. Bundgaard 2005, S. 376f.) Ab 1973 gab es in Dänemark das Roskilde Festival (vgl. Nielsen 2004, S. 72). Es nahmen 1973 16.000 Menschen daran teil, 1974 dann 18.000. 1974 war die Hauptband Status Quo, aber auch dänische Bands wie Gnags und Gasolin traten dort auf (vgl. Nielsen 2004, S. 74). Festzuhalten ist, dass es dänische Bands mit internationaler Klasse gab, aber trotzdem keiner dänischen Band der internationale Durchbruch gelang. „I 60'erne og 70'erne var der som før omtalt ikke

---

<sup>201</sup> Die Band Gasolin war eine der ersten dänischen Bands, die die technischen Möglichkeiten eines Aufnahmestudios ausnutzen konnte, da sie mit dem aus London stammenden Produzenten Roy Thomas Baker arbeitete, der damals u. a. mit Queen zusammen arbeitete (vgl. Gjedsted 1985, S. 95).

<sup>202</sup> Gasolin war z. B. die erste dänische Rockband, bei der das Schallplattenlabel systematisch mit Werbung, Marketing und Merchandising arbeitete (vgl. Bille u. a. 2002, S. 186).

der netværk, der skulle til for at sæge dansk rock i internationalt målestok. I 90'erne var det netværk blevet stort og stærkt“ (Bundgaard 2005, S. 372).

Es zeigen sich Unterschiede zu den 60er Jahren. In den 60er Jahren wurde der dänische Rock durch Bands geprägt, während in den 70er Jahren viele Solisten zu finden sind, die oft ihre ersten musikalischen Erfahrungen in den 60er Jahren gemacht hatten, hier sind z. B. Niels Skousen, Kim Larsen oder Stig Møller zu nennen. Auch die Frauen sind in den 70er Jahren in der dänischen Rockmusik auf dem Vormarsch. Zu nennen sind hier u. a. Sanne Salomonsen, Anne Linnet oder Lone Kellermann. Meistens begannen sie als Mitglied einer Band, um dann später solo weiter zu machen. Der dänische Rock war in den 70er Jahren professioneller geworden, aber Bundgaard zufolge auch langweiliger. Es habe nur zwei richtige Rockbands gegeben: Gasolin und Gnags. Alle anderen waren reine „popslabberas“ (vgl. Bundgaard 2005, S. 386). Im Vergleich zu Schweden zeigen sich wieder größtenteils Gemeinsamkeiten. Beide Länder wurden insgesamt professioneller im Musikbereich, z. B. spielte das Marketing eine größere Rolle als in den vorherigen Jahrzehnten. Die Punkmusik verbreitete sich und führte zu einer Zunahme des Amateurmusizierens. In Dänemark und Schweden sang man wieder verstärkt in der jeweiligen Landessprache, das Hauptaugenmerk lag auf den Texten und die politische Rockmusik hatte in beiden Ländern ihren Durchbruch, wobei der politische Rock in Schweden stärker verbreitet war. Daneben gab es in beiden Ländern mehrere auf Englisch singende Bands, die versuchten, im Ausland erfolgreich zu werden und auch internationale Klasse hatten. Jedoch ist hier ein großer Unterschied zwischen beiden Ländern zu finden, da keiner dänischen Band der Durchbruch im Ausland gelang, in Schweden gab es die Band ABBA, die weltreich erfolgreich wurde. Somit kann man in Schweden seit den 70er Jahren vom Erfolg des schwedischen Musikexportes sprechen, in Dänemark jedoch nicht, da es dort nur kleinere internationale Erfolge gab.

In den 80ern gab es viele dänische Punkbands, z. B. Sort Sol, die auch schon in den 70ern erfolgreich war (vgl. Madsen 1987, S. 88). Ein neuer Trend, der 1978 entstand, war der Poprock. In der Periode von 1978 bis 1981 entstanden viele neue Bands und somit gab es eine Poprockwelle. Kennzeichnend für diese Bands waren singbare Melodien, harmlose, banale Texte, die verbunden mit Funk, Reggae und Techno-Pop eine spezielle dänische Form ergaben (vgl. Madsen 1987, S. 88). Dieses Genre wurde zum bestverkauften der 80er Jahre (vgl. Madsen 1987, S. 90). Im neuen Poprockgenre hatten Bands wie Rocazino,

Halberg-Larsen<sup>203</sup> oder News großen Erfolg (vgl. Madsen 1987, S. 90). Ihre Musik war gut produziert und hatte einfache Texte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 139). Auch die Anne Linnet Band gehörte der Poprockwelle an und wollte im Ausland erfolgreich werden. Ihre Auslandstournee mit Konzerten u. a. in Deutschland, Frankreich und Holland wurde ein großer Erfolg (vgl. Gjedsted 1985, S. 148). Die Band Dodo & the Dodos war in den 80er Jahren mit dänischsprachigem Pop erfolgreich. 1986 gab sie die Single *Re-Sepp-Ten* heraus, die sich über 188.000 Mal verkaufte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 81). Die Gruppe One Two stand zwar in der amerikanischen Musiktradition und orientierte sich am Pop-Rock Totos, jedoch waren ihre Texte auf Dänisch. In den Songs der dänischen Popgruppen ging es in den 80er Jahren oft um Gefühle (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 82). Die drei bedeutendsten Sängerinnen des dänischen Poprocks der 80er Jahre waren Sanne Salomonsen, Anne Linnet und Lis Sørensen. Salomonsen war von 1980 bis 1982 Mitglied in der Anne Linnet Band (vgl. Nielsen 2005, S. 86). TV-2 ist die bekannteste dänische Band der 80er Jahre. Die Mitglieder investierten gewaltige Summen in eine große Bühnenshow (vgl. Madsen 1987, S. 90). In den frühen 80er Jahren ließen sie sich von Kraftwerk und Kliché inspirieren. Auf dem 1981 veröffentlichten Album *Fantastiske Toyota* hört man deutlich ihre Inspirationsquellen heraus (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 91). Die Band veröffentlichte 1982 das Album *Verden er vidunderlig*, auf dem deutlich zu hören war, dass ihre Musik hauptsächlich „synth“-geprägt war und es sich um melodische Rockmusik handelte (vgl. Gjedsted 1985, S. 260). Sie veröffentlichte außerdem u. a. die Alben *Beat* (1983), *Nutidens Unge* (1984) und *Rigtige Mænd Gider Ikke Høre Mere Vrøvl* (1985) (vgl. Madsen 1987, S. 90). Die Texte von TV-2 schreibt der Sänger Steffen Brandt. Diese sind oft sarkastisch (vgl. Madsen 1987, S. 91). 2003 bekam Steffen Brandt den *Modersmål-Selskabets sprogpris*, da er sich für die dänische Sprache eingesetzt hatte (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 93). TV-2 vereinte also intelligente dänische Texte mit moderner Rock- und Popmusik (vgl. Gjedsted 1985, S. 260). Dänischsprachigen Rock machte die Band Kliché, die 1980 das Album *Supertanker* herausgab (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 138). Es gibt in den 80ern viele Variationen der dänischen Rockmusik.

---

<sup>203</sup> Die Band Halberg-Larsen wurde 1981 gegründet. Anfangs war ihre Musik eine Mischung aus Gesangs- und Instrumentalnummern, die ihre Wurzeln im Jazz-Rock hatte. Jedoch entwickelte sie sich schnell zu einer reinen Rockband (vgl. Gjedsted 1985, S. 102). Schnell wurde sie eine der führenden Rockgruppen in Dänemark (vgl. Gjedsted 1985, S. 105).

Funk und Rock wurden von der Band Sneakers mit ihrer Frontfrau Sanne Salomonsen verbunden. Und Malurt machte von Springsteen beeinflussten Streetrock (vgl. Madsen 1987, S. 90). Die Band Frede Fup orientiert sich am Rock'n'Roll der 50er Jahre und die Texte sind dänischsprachig (vgl. Gjedsted 1985, S. 91). Die politischen Botschaften der 70er Jahre waren nun nicht mehr Thema der Rocksongs. Die Musiker wandten sich vom politischen Rock ab und die Texte handelten nun meistens vom Alltag. An den Ausführungen ist deutlich geworden, dass viele unterschiedliche Stile der Rockmusik nebeneinander existieren und die Rockmusik sehr vielfältig war. Es gab in den 80ern in Dänemark viele verschiedene Rockbands, die oftmals dänischsprachige Musik machten.

Schon in den frühen 80er Jahren weckte der Hip-Hop in der dänischen Untergrundszene Interesse (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 95). Breakdance, Rapgesang und Graffiti machten diese Szene aus (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 97). Auch in der dänischen Popszene erhielt der Hip-Hop Aufmerksamkeit und Musiker und Entertainer wie TV-2, Mek Pek und Per Pallesen versuchten als erste auf Dänisch zu rappen. Die eigentliche Hip-Hop-Szene fühlte sich dadurch provoziert, dass Popmusiker anfangen zu rappen (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 98). Ab 1988 gab es dänischen Rap von z. B. MC Einar<sup>204</sup> und Rockers By Choice auf Schallplatte (vgl. Bille u. a. 2002, S. 213). MC Einar, bestehend aus Nikolaj Peyk, Jan Kabré, Jesper Vildmand und Einar Enemark, gab 1988 die erste dänischsprachige Hip-Hop-Schallplatte *Den nye stil* heraus, die sich über 35.000 Mal verkaufte und MC Einar wurde so einem größerem Publikum bekannt und kommerziell erfolgreich (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 96 und 98). Es wurde somit ein neues Genre geboren, das zu dieser Zeit sehr interessant war, da es jung und frisch war (vgl. Bille u. a. 2002, S. 213). Rockers By Choice, die u. a. aus den Brüdern Per und Lars Pedersen bestand, gab 1989 ihre erste Schallplatte *Opråb! til det danske folk* heraus. Ihr Song *Engel* wurde zu einem Hit (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 100). „Hvor MC Einar var bygget op om et finurligt og humoristisk univers, var Rockers By Choice anderledes politisk orienteret i deres tekster“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 101). Aber nach dem großen Boom folgten schon bald magere Jahre für das Hip-Hop-Genre, in denen keine große Schallplattenfirma Rapsongs herausbrachte und das Genre wieder zu einem Untergrundphänomen

---

<sup>204</sup> „De unge musikere skabte en dansk variant af den amerikanske ungdomskultur og musik [...]“ (Bille u. a. 2002, S. 311).



wurde (vgl. Bille u. a. 2002, S. 213). Das Interesse für den dänischsprachigen Hip-Hop war Anfang der 90er Jahre stark gesunken, da Pop und Grunge dann die dänische Musikszene beherrschten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 101). Internationalen Erfolg konnte Flemming Rasmussen erreichen, der Dänemarks international bekanntester Schallplattenproduzent ist. In den 80er Jahren war er „lydarkitekten“ dreier Schallplatten von Metallica, die diese zu einer der weltweit erfolgreichsten Rockbands machten (vgl. Bille u. a. 2002, S. 397). Auch unter den dänischen Bands gab es eine Band mit größeren Exporterfolgen. „Før den lokale pladebranche blev seriøst eksport-orienteret, beviste Laid Back, at det kunne lade sig gøre for et dansk band at slå igennem internationalt“ (Bille u. a. 2002, S. 276). Das 1979 gegründete Duo Laid Back<sup>205</sup>, bestehend aus John Guldberg und Tim Stahl, veröffentlichte in den 80ern eine Reihe von Singles, die weltweit zu Hits wurden (vgl. Bille u. a. 2002, S. 276). 1982 bekam Laid Back einen Vertrag bei einer deutschen Schallplattenfirma und ihre erste Single *Maybe I'm crazy / We don't do it* wurde veröffentlicht und wurde ein kleinerer Hit (vgl. Gjedsted 1985, S. 139). Ihre Musik wurde von Guldbergs tiefer Stimme dominiert. Ihre erfolgreichste Single war *Sunshine Reggae* aus dem Jahr 1982 (vgl. Bille u. a. 2002, S. 276). Diese wurde in Deutschland und Südeuropa ein großer Hit (vgl. Gjedsted 1985, S. 139). Ein Jahr später kam die Single *White Horses*<sup>206</sup> heraus. Mit dieser gelangte die Band sogar in die amerikanische Hitliste (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 69). Sie tourte 1983 und 1984 im Großteil der Welt und trat in zahlreichen TV-Shows auf. Mit dem Hit *Bakerman* (1990) bekam Laid Back einen neuen deutschen Schallplattenvertrag. Dieser Hit war ihr größter seit den goldenen Jahren. Lars von Trier war der Regisseur des Videos, das einen Klassikerstatus auf MTV bekam. 1999 gab Laid Back das Album *Unfinished Symphonies* heraus, das vom Stil her elektronisch war (vgl. Bille u. a. 2002, S. 276). Ihre Musik kann als Techno-Pop klassifiziert werden (vgl. Gjedsted 1985, S. 139). In den 80er Jahren zeigten sich in Dänemark und Schweden innerhalb der Rockmusik ähnliche musikalische Entwicklungen. Die Rockmusik war in beiden Ländern sehr beliebt und zeichnete sich durch die Entstehung unterschiedlicher Stilrichtungen aus, wie z. B. des Popro-

---

<sup>205</sup> Die beiden Bandmitglieder hatten in den 70ern schon zusammen in der Band The Starbox Band gespielt (vgl. Gjedsted 1985, S. 139; <http://www.laidback.dk/>).

<sup>206</sup> „Singlen satte Danmark eftertrykkeligt på verdenskortet, og med sit uomtvistelige hit-potentiale gav den genlyd mange år efter, da den i takt med samplerkulturens opblomstring blev en yndet sang at genbruge inden for techno, house og hiphoppen“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 69).



cks. Viele Bands sangen in der Landessprache und waren damit in ihrem jeweiligen Heimatland erfolgreich. Insgesamt gesehen zeigten die schwedischen Musiker eine größere internationale Orientierung als die dänischen Musiker und sind auch international mit Bands wie Europe, Secret Service und Roxette erfolgreicher. Dänemark hatte in den 80er Jahren nur durch die Band Laid Back größere Exporterfolge. In Schweden sangen mehr Bands auf Englisch als in Dänemark, durch das Aufkommen der dänischsprachigen Rapmusik wird ebenfalls deutlich, dass man sich in Dänemark nicht so sehr international orientierte wie in Schweden. Es zeigt sich der Unterschied, dass es in Dänemark erfolgreichere Rocksängerinnen gab, in Schweden gab es keine erfolgreichen Solosängerinnen innerhalb der Rockmusik.

I slutningen af 80'erne og i de tidlige 90'ere skete der et af det mest markante sprogsift i dansk musikhistorie. Det var som om det danske sprog var blevet overeksponeret, og nærmest fra den ene dag til den anden begyndte store danske navne som Hanne Boel, Thomas Helmig og Sanne Salomonsen at synge på engelsk, og der kom nye internationalt ærgerrige bands som Michael Learns To Rock og Cut'n'Move på banen, som sang henholdsvis 'The Actor' og 'Get Serious' (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 140).

Es zeigte sich eine große Veränderung in der dänischen Musikszene. Die in den 80er Jahren noch so dominante dänische Sprache wurde durch das Englische abgelöst und die Dänen orientierten sich nun international. Als Beispiel kann die Popgruppe Michael Learns To Rock angeführt werden, die in den 90er Jahren großen Erfolg im Ausland hatte und die 1991 das gleichnamige Album herausbrachte (vgl. Nielsen 2006, S. 98). Sie wurde 1991 mit dem Hit *The Actor* in Dänemark sehr berühmt und anschließend auch in Europa. Mit dem Nachfolgealbum zu ihrem Debütalbum wurde sie 1993 in Asien sehr bekannt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 125). Die Band ging u. a. in Thailand, den Philippinen, Indonesien, Singapur und Malaysia auf Tournee (vgl. Nielsen 2006, S. 98). „Popprinserne fra Århus, Michael Learns To Rock, spillede fra starten en ligefrem, engelsksproget popmusik, der var stilet mod succes ikke bare i Danmark, men over hele kloden“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 125).

In der zweiten Hälfte der 90er Jahre hatte die Dancemusik, die mit dem Euro-pop verwandt ist, ihre große Zeit in Dänemark. Cut'N'Move führte den Euro-dance in Dänemark ein (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 127). Es gab zwar schon in den 80er Jahren Technobands in Dänemark, wie z. B. die Band The Overlords, deren Song *Sundown* in Deutschland und Dänemark in der Technoszene ein Hit wurde, ihren Durchbruch hatte die Dancemusik aber erst in den

90er Jahren (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 72). Die Dancemusik ist ein producerdominiertes Genre und ist mit seinem „schlechten“ Geschmack und vielem Kitsch der Gegensatz zur Authentizität und Ehrlichkeit der Rockmusik. Für die dänische Schallplattenindustrie hatte die Dancemusik keinen großen Wert (vgl. Bille u. a. 2002, S. 122). „Genren levede en skyggetilværelse herhjemme – populær med udenlandske kunstnere, men uden seriøse lokale udøvere“ (Bille u. a. 2002, S. 122). Dies war anfangs so, mit Ausnahme von Laid Back. In den 90ern zeigte dann Cut’N’Move, dass sich in Dänemark produzierte Dancemusik verkaufen kann. Und dies nicht nur in Dänemark selbst, sondern auch im Ausland. Cut’N’Move exportierte Hits nach Deutschland, in die USA und nach Australien (vgl. Bille u. a. 2002, S. 122). Mit ihrer Single *Give It Up* (1993) gelang ihnen der weltweite Erfolg (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 127). Die dänischen Schallplattenlabels Iceberg und Mega waren an der Herausgabe der internationalen Dancehits des Amerikaners Scatman John und der schwedischen Band Ace of Base beteiligt. Zum Boom dänischer Dancemusik kam es dann endgültig, als die Sängerin Whigfield die Nummer 1 der englischen Charts<sup>207</sup> erreichte (vgl. Bille u. a. 2002, S. 122). Ihre Single *Saturday Night*<sup>208</sup> kam 1994 heraus und wurde schnell ein Hit in Südeuropa und anschließend in ganz Europa mit über drei Millionen verkauften Schallplatten. Auch in Australien wurde sie durch die Single *Sexy Eyes* 1997 erfolgreich (vgl. Bille u. a. 2002, S. 543). „Der var dog ingen, der havde regnet med størrelsen og effekten af The Big Bang“ (Bille u. a. 2002, S. 122). Me&My hatte 1995 einen Welthit namens *Dub-I-Dub*<sup>209</sup> und damit besonders in Japan Erfolg, wo sie 1996 in manchen Zeiträumen mehr CDs als Madonna und Michael Jackson zusammen verkaufte (vgl. Nielsen 2006, S. 97). 1995 gab die Band Future 3, bestehend aus Jesper Skaaning, Thomas Knak und Anders Remmer, ihr Debütalbum *We Are Future 3* heraus, das sowohl in Dänemark als auch im Ausland viel gelobt wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 73). „Engelske kritikere talte om en særlig nordisk lyd, der var kendetegnet ved enkelhed og afdæmpet melankoli“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 73). Besonders hervorzuheben ist die dänische Band Aqua, da sie die erfolgreichste Band des Eurodance war (vgl.

---

<sup>207</sup> „Blonde Whigfield med de karakteristiske fletninger blev den første ikke-britiske debutant, der gik direkte ind som nummer et på den engelske hitliste [...]“ (Bille u. a. 2002, S. 543).

<sup>208</sup> Der Song ist tanzbar, leicht erkennbar und einfach (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 127).

<sup>209</sup> Der Refrain des Songs ist extrem einfach (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128).

Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128). Anfangs nannte sich die Band Joyspeed und kam mit *Itzy Bitzy* in die schwedische Radiohitliste, mehr Erfolge wurden mit dieser Single aber nicht erreicht (vgl. Bille u. a. 2002, S. 59). Kurz darauf benannte sie sich in Aqua um und schon ihre ersten beiden Singles *Roses Are Red* (1996) und *My Oh My* (1997) waren in Dänemark sehr erfolgreich. Ihren Musikstil kann man als Europop bezeichnen, für die Band war ihr Zeichen-trickserienimage charakteristisch (vgl. Bille u. a. 2002, S. 59). 1997 gelang der Popgruppe Aqua mit der Single *Barbie Girl* ein Welterfolg (vgl. Bille u. a. 2002, S. 36). „Singlen bliver den bedst sælgende pop-single i Skandinavien nogensinde (slår bl.a. ABBA!)“ (Nielsen 2006, S. 96). Große Aufmerksamkeit erlangte die Band, da sie 1997 vom Spielzeughersteller Mattel verklagt wurde, da dieser der Meinung war, dass der Song und das Video sexuelle Anspielungen enthielten. Die Klage wurde allerdings abgewiesen (vgl. Bille u. a. 202, S. 60). Die 90er wurden durch viele One-Hit-Wonder geprägt, aber durch die Songschreiberqualitäten der Bandmitglieder Søren Rasted und Claus Noreen waren neben der Hitsingle *Barbie Girl*<sup>210</sup> auf dem Debütalbum *Aquarium* (1997) auch andere erfolgreiche Songs zu finden (vgl. Bille u. a. 2002, S. 36). „Aquariums styrke var, at albummet var produceret med fokus på melodierne, og trods de solide dansebeats var man aldrig længere end et omkvæd fra den melankoli, der i generationer har været grundlaget for klassiske skandinaviske popsange“ (Bille u. a. 2002, S. 36). Das Album *Aquarium* verkaufte sich innerhalb von fünf Wochen 165.000 Mal. Aqua konnte mit den anderen mitteleuropäischen Musikern mithalten. Sie tourte 1997 ausgiebig und erreichte mit *Barbie Girl* sogar den siebten Platz in den amerikanischen Verkaufscharts. Somit durfte sie in der Talkshow von David Letterman auftreten. Aqua eroberte auch Asien und trat in Malaysia, Japan, Taiwan und Hongkong auf (vgl. Bille u. a. 2002, S. 59). „Aqua er det eneste danske band, der har opnået så massiv succes i både USA, Europa og Asien [...]“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128). Ende 1997 konnte Aqua auf 15 Millionen verkaufte Schallplatten, 179 Auftritte mit ca. einer Million Zuschauern und somit einem globalen Durchbruch<sup>211</sup> zurückblicken. In Dänemark verkaufte sich ihr Debütalbum 400.000 Mal und sie wur-

---

<sup>210</sup> Diese gehört in England zu den 50 am meisten verkauften Singles aller Zeiten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128).

<sup>211</sup> Interessant ist, dass die internationalen Verträge von Finn Olafsson, der in den 60er Jahren Mitglied bei A&E war und nun der Leiter des dänischen Büros des Musikverlags Warner/Chappell war, ausgehandelt wurden (vgl. Bundgaard 2005, S. 246). „Finn er den første til at erkende, at det har taget 30 års hårdt slid opbygge det internationale netværk, der skal til“ (Bundgaard 2005, S. 246).

de 1998 mit dem dänischen Grammy ausgezeichnet. 1998 gab die Band weitere Singles heraus, die allesamt Erfolg hatten. Ihr nächstes Album *Aquarius* wurde in den schwedischen Städten Mölle und Stockholm aufgenommen und kam im Jahr 2000 heraus. Trotz vielversprechender Chartplatzierungen der ersten beiden ausgekoppelten Singles konnte das Album nicht an das erste heranreichen (vgl. Bille u. a. 2002, S. 60). Ein Kennzeichen der Band war die Heliumstimme der norwegischen Sängerin Lene Nystrøm (vgl. Bille u. a. 2002, S. 36). 2001 trat Aqua zusammen mit dem dänischen Musiker-Duo Safri Duo beim internationalen Grand Prix in Kopenhagen auf und tourte im Sommer auf zahlreichen Festivals, wie z. B. dem Roskilde Festival (vgl. Bille u. a. 2002, S. 60). Sie hatte sich 2001 aufgelöst und dies wurde vom Finanzminister Mogens Lykketoft mit einem Lächeln im Gesicht folgendermaßen kommentiert: „Et alvorligt slag mod dansk eksport, så man må anmode partnerne om at vende tilbage til forhandlingsbordet“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128). „I løbet af de bare fire år gruppen eksisterer, sælger Aqua i alt 30 mill. cd'er og bidrager som eksportvare med ca. 2 milliarder kroner til den danske statskasse“ (Nielsen 2006, S. 96). In den Statistiken der KODA<sup>212</sup> lässt sich der Musikexporterfolg Aquas deutlich ablesen. 1999 stiegen die Einnahmen, die KODA aus dem Ausland erhielt, im Vergleich zu 1998 um 38 Prozent, so dass man innerhalb der KODA vom Aqua-Effekt sprach (vgl. KODA 2001, S. 38). Der Erfolg Aquas führte dazu, dass es viele neue „tyggegummipopstjerner“ gab, die teilweise auch im Ausland Erfolg hatten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 128). Der sog. *bubblegum dance* ist ein dänisches Phänomen. Der Export wurde nun eine seriöse Disziplin und die neuen Popsternchen spielten nun keine Gitarre mehr, sondern hatten pastellfarben gesträhntes Haar und Namen wie S.O.A.P., Daze oder Los Umbrellos. 1997/1998 waren die Boom-Jahre und die Dancemusik hatte danach ihren festen Platz im Angebot der Schallplattenlabels. Man wollte die zweiten Aqua entwickeln und es kam zu einigen Exporterfolgen. Cartoons eroberte z. B. Südeuropa mit einer absurden Mischung aus Rock'n'Roll und Europop. Jan Langhoff und Peter Hartmann sind wichtige Dancemusik-Produzenten (vgl. Bille u. a. 2002, S. 122). Ein bedeutender Produzent der 90er ist Reme, der mit internationalen Stars wie der britischen Jamelia oder der schwedischen Robyn zusammen gearbeitet hat. Er hat über 20 Millionen Schallplatten ver-

---

<sup>212</sup> „Koda er en non-profit medlemsforening. Vores opgave er at sørge for, at dem, der har skabt musikken, får betaling, når deres musik spilles offentligt“ (<http://www.koda.dk/omkoda/>).

kaufte und mehr als 60 große Hits gehabt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 134). Es kam in den 90er Jahren auch immer öfter dazu, dass Bands und Musiker konzipiert wurden, wie z. B. Tiggy, die mit dem Song *Ring a ling* bekannt wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 130). Sie war ein Projekt der Schallplattenfirmen und es ging hauptsächlich darum, Geld zu verdienen. Innerhalb kürzester Zeit hatte sie nicht nur in Dänemark, sondern z. B. auch in Mexiko Erfolg (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 133).

Neben der Dancemusik hatte auch der Hip-Hop in Dänemark in den 90er Jahren<sup>213</sup> seinen Durchbruch. In den 80ern wurden durch das Aufkommen des Raps viele Jugendliche dazu inspiriert zu rappen. Viele traten in den 90er Jahren in dänischen Städten auf und Gruppen wie z. B. Hvid Sjokolade oder Humleridderne wurden Kult (vgl. Bille u. a. 2002, S. 213). In den 90er Jahren gab es zunächst einen Stillstand des Hip-Hop und er wurde weder im TV noch im Radio gespielt. 1996 machte die dänische Rapgruppe Østkyst Hustlers auf sich aufmerksam und hatte mit *Han får for lidt* einen Radiohit (vgl. Nielsen 2006, S. 104). Wie in den 80er Jahren kam es zu Problemen mit den Schallplattenlabels, aber nun gründeten mehrere Musiker Ende der 90er Jahre ihre eigenen Labels, wie z. B. Tabu Records oder Fab K. Dänisch war die bevorzugte Rapsprache der dänischen Musiker, dies führte aber gleichzeitig dazu, dass nur wenige Erfolge im Ausland hatten. Es gab allerdings einige dänische Produzenten, die Rapsongs für ausländische Künstler schrieben und damit Erfolg hatten. Zu nennen sind hier z. B. Prunes, der für die Beastie Boys remixte, und das Produzententeam Madness 4 Real, das u. a. für den Rapper Ice Cube und Eazy-E Songs produzierte (vgl. Bille u. a. 2002, S. 213). Die Produzenten Madness 4 Real, die einige Jahre in den USA weilten, nannten sich 1996 in Den Gale Pose um und schafften 1998 den kommerziellen Durchbruch. Hierauf folgte eine neue Generation an Rappern, die nicht mehr nur den amerikanischen Rap imitierten, sondern ihn weiterentwickelten und sich zu eigen machten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 102). Die bestverkaufte Hip-Hop-Gruppe der 90er war Humleridderne (vgl. Nielsen 2006, S. 105). Die im Ausland bekannteste Rapgruppe war Outlandish. Outlandish wurde 1991 gegründet, die drei Bandmitglieder waren zu der Zeit 13 und 14 Jahre alt, und war einer der ersten musikalischen Beweise dafür, dass „[...] Danmark var blevet et multietnisk samfund“ (Bille u. a. 2002, S. 375). Die Bandmitglieder heißen Wagas Qadri, Len-

---

<sup>213</sup> 1999 hatte Dänemark den Hip-Hop als Genre anerkannt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 101).



ny Martinez und Isam Bachiri (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 104). Ihre Musik ist eine Mischung aus gutproduziertem Hip-Hop mit lateinamerikanischem und arabischem Klang und reflektierenden Texten. Anfangs waren sie drei Jugendliche, die vom amerikanischen Gangsterrap fasziniert waren, aber schon bald brachten sie ihren Migrationshintergrund in ihre Musik ein. Die Eltern der Bandmitglieder stammten aus Marokko, Honduras und Pakistan und diese unterschiedlichen musikalischen Traditionen brachte Outlandish in ihre Hip-Hop-Beats mit ein. 1999 nahm sie ihr Debütalbum *Outland's Official* auf, das jedoch erst 2000 erschien, da durch den Gebrauch von Elementen zahlreicher pakistanischer, nordafrikanischer und arabischer Schallplatten erst die Copyrights eingeholt werden mussten. Die Texte des Albums waren auf Pakistansisch, Arabisch, Spanisch, Dänisch und Englisch und das Album war sehr erfolgreich und brachte Outlandish z. B. einen Danish Music Award ein (vgl. Bille u. a. 2002, S. 375). Ihre nächste Schallplatte hieß *Bread and Barrels of Water*, „[...] der kritiserer verdenssamfundet, Danmark og USA for deres og vores behandling af muslimer“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 104). Gleichzeitig leitete sie auch eine Kampagne gegen die dänische Politikerin Pia Kjöersgaard und die Dansk Folkeparti ein (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 104). Im Mai 2002 tourte Outlandish mit Busta Rhymes in Deutschland. Bemerkenswert ist, dass die Schallplatten der Band Outlandish oft im Unterricht an Schulen verwendet werden, da Outlandish ein gut geglücktes Integrationsbeispiel ist (vgl. Bille u. a. 2002, S. 376).

Auch die Rockmusik feierte in den 90er Jahren Erfolge in Dänemark und im Ausland. Eine erfolgreiche Rockband der 90er ist die Band Sort Sol, die 1977 – wie schon erwähnt – unter dem Namen Sods die erste dänische Punkband war. Sie gewann mehrere Grammys<sup>214</sup> in Dänemark (vgl. Nielsen 2006, S. 99). Sie gehörte zu den älteren Rockbands, die schon vor der Grungewelle erfolgreich war (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 121). Dänemarks erste Grungeband hieß Boghandle, die 1990 das Album *Son Of A Sixpack* herausgab (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 115). Es kam zu einer *Grøn bølge*, zu der Bands wie Kashmir, Boghandle, Inside The Whale, Psyched Up Janis und Dizzy Mizz Lizzy gehörten (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 121). Eine im Ausland erfolgreiche Band ist die Gruppe Kashmir<sup>215</sup>, die im Frühjahr 1991 als Schüler-

---

<sup>214</sup> Der dänische Grammy wurde 1989 zum ersten Mal ausgeteilt und wurde 2001 in Danish Music Award umbenannt (vgl. Bille u. a. 2002, S. 391).

<sup>215</sup> Die Band besteht aus Asger Techau, Kasper Eistrup und Mads Tunebjerg (vgl. Nielsen 2006, S. 101).



band gegründet wurde. Ihr Debütalbum und ihre Debütsingle *The Story Of Jamie Fame Flame* kamen 1994 heraus und anschließend ging Kashmir auf eine sechswöchige Tournee, trat auf dem Roskildefestival auf und begeisterte das Publikum u. a. mit sketchartigen Auftritten (vgl. Bille u. a. 2002, S. 250). „Det teknisk velfunderede Kashmir viste sig fra starten som et grænseafsøgende og ofte humoristisk band“ (Bille u. a. 2002, S. 250). In den nächsten Jahren wurde das Ausland auf die Band aufmerksam. 1995 führte sie eine Minitournee in Spanien durch und 1996 nahm sie mit dem amerikanischen Produzenten Ron Saint-Germain das Album *Cruzential* auf. Ihr nächstes Album *The Good Life* wurde 1999 in Dänemark und großen Teilen Europas veröffentlicht und mehrere Singles des Albums wurden fleißig im Radio gespielt. Außerdem ging Kashmir auf Tournee, u. a. spielte die Band in Belgien, Deutschland, Holland, Schweden und Norwegen. Im Jahr 2000 gewann sie sechs dänische Grammys (vgl. Bille u. a. 2002, S. 251). Der kommerzielle Erfolg war also eingetreten. Auch 2006 ging sie wieder auf Europatournee und spielte 19 Konzerte in ganz Europa, u. a. auch in Deutschland. Ihr viertes Album *Zitilites* (2003) wurde in über 20 Ländern veröffentlicht, u. a. in Japan, England und Australien. In Dänemark sind sie Superstars. Kashmir hat nie in Betracht gezogen auf Dänisch zu singen (vgl. Vochazer 2006). „Und dabei geht es auch nicht darum, dass wir Millionen Schallplatten verkaufen und per Sprache mit der ganzen Welt kommunizieren wollen. Englisch passt zu unserer Musik. Es ist für uns ganz natürlich“ (Vochazer 2006). Auf ihrem Album *No Balance Palace* haben Größen der internationalen Musikszene wie z. B. Lou Reed oder David Bowie mitgewirkt, produziert wurde das Album von Tony Visconti (vgl. Vochazer 2006). Eine weitere erfolgreiche Rockband ist Dizzy Mizz Lizzy, die 1994 ihr erstes Album herausgab, das melodiösen Gitarrenrock enthielt (vgl. Nielsen 2006, S. 98). Zwei Jahre lang blieb ihr Debütalbum in den Charts und ist das bestverkaufte Debütalbum der dänischen Rockgeschichte mit 180.000 verkauften CDs. Sie hatte in Dänemark großen Erfolg und gewann dort 1997 einen Grammy, aber auch in Japan war sie erfolgreich. 1998 löste sie sich auf (vgl. Nielsen 2006, S. 99). Dizzy Mizz Lizzy gehörte zusammen mit Kashmir und Psyched Up Janis zu den erfolgreichsten dänischen Grungebands (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 116). Ende der 90er Jahre machte die Band Mew auf sich aufmerksam, die durch die britische Musikszene und Bands wie Oasis und Blur beeinflusst wurde (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 124). Mew ist auch heutzutage erfolgreich, nicht nur in Dänemark, sondern auch in den USA und Europa.

Vor allem in Deutschland war die dänische Band Natural Born Hippies bekannt, die eine Mischung aus Mainstreampop, Rock und Britpop machte. Sie wurde 1996 gegründet und coverte den Kinks-Hit *Lola* und bekam einen europäischen Vertrag bei BMG in Deutschland. Mit *Lola* hatte sie europaweit Erfolg, nachdem das Video bei MTV in Mitteleuropa rauf und runter gespielt worden war. 1999 kam ihr Debütalbum heraus, das die Band u. a. bei Viva in Deutschland und in der englischen Top Of The Pops-Sendung promotete. Ihre dritte Single *Am I Not Sweet* wurde ein Riesenhit in Deutschland und wurde deswegen als Soundtrack für den deutschen Spielfilm *Flashback* verwendet (vgl. Bille u. a. 2002, S. 350). In den 90er Jahren wurde die Rock- und Popmusik fast vollständig anglifiziert. Im Grunde war es eine Todsünde auf Dänisch zu singen. Im Hip-Hop-Genre gab es hingegen dänischsprachige Texte, man musste also in die Subgenres blicken, um dänischsprachige Texte zu hören (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 141). „I 90'erne er det en selvfølge, at danskere kan synge ordentlig på engelsk“ (Bundgaard 2005, S. 244). Im Vergleich zu Schweden zeigt sich, dass Musiker beider Länder englischsprachige Texte den Texten auf der Muttersprache vorzogen – außer im Hip-Hop – und sich international orientierten. Diese Entwicklung war in Schweden schon in den 80er Jahren zu beobachten gewesen, in Dänemark kam der Sprachwechsel vom Dänischen zum Englischen und die internationale Orientierung erst in den 90ern auf. Nun hatte auch Dänemark erfolgreiche Musikexporteure, besonders hervorzuheben ist hier die Band Aqua. „[...] [I] 1998 var eksporten til gengæld vokset til et eventyr i milliard-klasser“ (Bundgaard 2005, S. 245). Es gab mehrere Musikstile, mit denen die schwedischen und dänischen Musiker im Ausland erfolgreich waren, die Vielfalt der dänischen sowie schwedischen Musik wird in den 90er Jahren erkennbar. Beim Vergleich beider Länder zeigt sich, dass trotz internationaler Orientierung beider Länder, die schwedischen Musiker im Ausland erfolgreicher sind. Hier gibt es mehr im Ausland erfolgreichere Musiker als in Dänemark, der Erfolg im Ausland war für die Schweden schon normal geworden, da sie seit ABBA an internationalen Erfolg gewöhnt waren. In Schweden waren nun auch Frauen in der Rockmusik und in anderen Genres erfolgreich, dies war in Dänemark – wie vorhin erwähnt – schon in den 80ern der Fall. Schweden ist Dänemark somit nicht in allen Bereichen überlegen. Im neuen Jahrtausend spielte die elektronische Musik in Dänemark immer noch eine große Rolle und die elektronische Szene war weiter gewachsen, dies lag vor allem an der Verbreitung des Internets (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S.

76). Großen europaweiten Erfolg hat das dänische Safri Duo<sup>216</sup> mit ihrer Dancemusik, die von Percussions dominiert wird. Mit ihrem Hit *Played-A-Live* erreichte das Duo in den meisten europäischen Ländern im Jahr 2001 eine Top Ten-Platzierung oder sogar die Spitze der Charts. Das Safri Duo gewann 2001 den MTV Award für den besten nordischen Künstler (vgl. Bille u. a. 2002, S. 427). 2010 erhielt das Safri Duo wieder große Aufmerksamkeit im Ausland. Das Duo erreichte mit dem WM-Song *Helele* u. a. Platz 2 der deutschen Charts (vgl. Phononet Chartverfolgung Velile & Safri Duo). Auch der Hip-Hop ist heute noch ein erfolgreiches Genre. Der Rapper Liam O'Conner, der unter dem Namen L.O.C. bekannt wurde, gab 2001 seine erste Schallplatte *Dominologi* heraus (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 102). Er trat auf dem Roskilde Festival auf und ist bis heute einer der bestverkaufendsten dänischen Rapper (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 103). Im 21. Jahrhundert kam es oft dazu, dass die Genres gemischt wurden. Ein Beispiel hierfür ist Junior Senior, die im Jahr 2002 mit dem Hit *Move Your Feet* europaweit erfolgreich wurde. In ihrem Album *D-D-Don't Stop The Beat* (2002) mischte die Band Rock, Pop und elektronische Musik (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 76).

„Det danske sprog tog seriøs revanche i det nye årtusind“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 141). Sänger, Sängerinnen und Bands wie Under Byen, Tue West, Annika Aakjær oder Mikael Simpson sangen auf Dänisch. Under Byen<sup>217</sup> hat einen dänischen Ton, eine besondere nordische Melancholie in ihrer Musik. Die dänische und die englische Sprache sind in der dänischen Musikszene gleichermaßen anerkannt (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 142). „Årtusindets første årti blev det første i dansk musikhistorie, hvor det var lige legitimt at synge på dansk og engelsk“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 142). Bands wie Alphabeat, Efterklang, Volbeat, Duné oder Blue Foundation haben mit englischsprachiger Musik großen Erfolg (vgl. Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 142), während die vorhin genannten mit dänischsprachigen Texten erfolgreich sind. Nicht nur Bands, sondern auch Solokünstler wie Medina, Mads Langer oder Aura Dione sind mit englischsprachigen Songs erfolgreich. Medina feierte 2010 einen Top Ten-Erfolg in den deutschen Charts (vgl. Phononet Chartver-

---

<sup>216</sup> Interessant ist, dass die beiden Mitglieder des Safri Duos eine klassische Musikausbildung besitzen und auch schon eine internationale Karriere im Bereich der klassischen Musik hatten, bevor sie anfangen, an ihrer Popkarriere zu arbeiten (vgl. Bille u. a. 2002, S. 427).

<sup>217</sup> „De lyder ikke som noget andet, men er et band med en helt egen tone, som er nordisk – ja måske endda direkte dansk“ (Hegnsvad/Maegaard 2008, S. 145).

folgung Medina). Mads Langer ist mit seinem Hit *You're not Alone* europaweit bekannt geworden. Ende 2009 wurde Aura Dione mit *I Will Love You Monday* (365) in Deutschland bekannt. Der Song erreichte Platz 1 der deutschen Charts (vgl. Phononet Chartverfolgung Aura Dione). Die Single *Geronimo* ist sogar unter den 25 erfolgreichsten Titeln des Jahres 2011 in den deutschen Single-Charts zu finden und belegt Platz 22 (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 51). Ihre Musik kann man als Folkpop klassifizieren. In Dänemark ist auffällig, dass viele Sängerinnen im Ausland Erfolg haben. Im Jahr 2013 gewann die dänische Sängerin Emmelie de Forest den Eurovision Song Contest. „Unge kvinder begyndte i 60'erne et ofte slidsomt arbejde for at finde deres egen plads i rocken. I 70'erne begyndte de at opnå resultater, i 80'erne var de godt på vej, og i 90'erne havde de nærmest helt overtaget populærmusikken. I hvert fald som udøvende kunstnere“ (Bundgaard 2005, S. 99).

Seit dem Jahr 2000 nähern sich Schweden und Dänemark immer mehr einander an. In beiden Ländern werden Genres gemischt, viele verschiedene Genres – wie Hip-Hop, Rock- oder Popmusik, elektronische Musik – sind erfolgreich und Musiker sind mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich. In Dänemark und Schweden gibt es Musiker, die mit Songs auf ihrer Heimatsprache erfolgreich sind, die dänische und die schwedische Sprache sind also in den jeweiligen Ländern populär. Aus dem Eurovision Song Contest sind Dänemark und Schweden als Sieger hervorgegangen, Schweden im Jahr 2012 und Dänemark im Jahr 2013. Während es für Schweden spätestens seit den 90er Jahren selbstverständlich war, im Ausland mit schwedischer Musik erfolgreich zu sein, scheint es nun auch für dänische Musiker immer mehr zur Selbstverständlichkeit zu werden. In Dänemark ist die Zahl der im Ausland erfolgreichen Musiker in den letzten Jahren stark angestiegen. Diese sind ausschließlich mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich. Die dänischen Musiker dachten in den 60er Jahren, dass sie gute Englischkenntnisse besäßen und quasi zweisprachig seien. Aber tatsächlich kann man erst 30 Jahre später davon sprechen, dass Dänen zweisprachig sind und auch erst dann hatte sich ein internationales Netzwerk aufgebaut (vgl. Bundgaard 2005, S. 245). Allerdings kann Dänemark nicht an die Zahl und die Erfolge der schwedischen Musiker im Ausland heranreichen. Schweden liegt hier vor Dänemark, jedoch hat Dänemark in den letzten Jahren aufgeholt und die internationale Orientierung scheint immer größer zu werden. Durch Musikexporterfolge von Aqua in den 90er Jahren und Volbeat, Duné, Aura Dione u. v. m. scheinen die dänischen Musiker inspiriert und

motiviert worden zu sein, ihr Glück im Ausland zu versuchen. Vor allem in den letzten zehn Jahren ist eine deutliche Veränderung in der dänischen Musikszene zu erkennen und die dänischen Musiker haben teilweise einen sehr eigenen Sound. In Dänemark gibt es im Gegensatz zu Schweden und Norwegen keine mit ABBA und A-ha vergleichbare Band, aber natürlich gibt es auch in Dänemark – wie in diesem Kapitel herausgestellt wurde – international erfolgreiche Bands und eine vielfältige Musikszene. Diese hat sich in den letzten Jahren sehr entwickelt. Es entsteht viel Neues. Ca. 700 dänische CDs werden pro Jahr herausgebracht (vgl. Bille u. a. 2002, S. 10). Dänemark scheint sich vor allem auf die Popmusik und die Singer/Songwriter spezialisiert zu haben.

### **3.4 Zusammenfassender Vergleich**

Welche Ergebnisse hat die Darstellung der deutschen, schwedischen und dänischen Musikgeschichte hervorgebracht? Es wurde deutlich, dass die musikalischen Hauptströmungen in allen drei Ländern die gleichen sind. Deutschland, Schweden und Dänemark wurden in den 50er Jahren durch den aus den USA kommenden Rock'n'Roll beeinflusst, in den 60er Jahren kam die Beatmusik in alle drei Länder und in den 90er Jahren war z. B. der Techno in den drei Vergleichsländern populär. Jedoch gab es in den einzelnen Ländern auch Musikgenres oder Musikbewegungen, die in den anderen Vergleichsländern nicht populär oder gar nicht erst vorhanden waren. Die Instrumentalmusik war in den 60ern in Schweden populär, in Deutschland jedoch nicht. In Schweden gab es hingegen den Krautrock nicht, während es keine mit dem Progen vergleichbare Musikbewegung außerhalb von Schweden gab. Jede Nation hat also seine eigene Musikgeschichte. Man kann nicht, auch nicht in den 50er und 60er Jahren, von einer nordwesteuropäischen Musikgeschichte sprechen, da es zwar viele Gemeinsamkeiten zwischen den Ländern gibt und man sich insgesamt an den USA orientiert und viel von der amerikanischen Kultur übernommen hat, aber dennoch jedes Land seine eigenen musikalischen Besonderheiten hat, welche es von anderen Ländern unterscheidet. Deutlich wurde auch, dass in jedem Jahrzehnt mehrere Musikstile nebeneinander existierten und es ständig Revivals älterer Musikstile gab, so dass erkennbar wurde, dass die Populärmusikgeschichte eine „[...] komplex vernetzte Anordnung gleichzeitig ablaufender Ereignisse“ (Rappe 2008, S. 173) ist.



Die Musikwirtschaft<sup>218</sup> hat die Aufgabe in der schnelllebigen Musikbranche einen Überblick über die derzeit populären Musikstile zu behalten und bestenfalls Trends und/oder neue Musikstile/bewegungen zu kreieren. Dies gelang in Schweden und Deutschland. Die NDW sorgte für hohe Umsätze in der deutschen Musikindustrie, blieb aber ein speziell deutsches Phänomen. Wie gerade schon erwähnt wurde, gab es in Schweden den Progg, eine in Schweden kreierte Musikbewegung. Wenn sich Musikstile über die jeweiligen Länder verbreiten, ist dies besonders anmerkwürdig und zeigt das Trendbewusstsein und bei eigener Entwicklung von Musikstilen die Kreativität der jeweiligen Musikbranche. Musikstile verbreiteten sich oftmals über Schweden in andere nordische Länder. So kam der Modstyle über Schweden nach Finnland (vgl. Mäkelä 2007, S. 112). Der Techno wurde in Deutschland erfunden und verbreitete sich in andere Länder, wo schnell auch eigene Technobands entstanden. Beide Länder haben also eigene Musikbewegungen und -stile entwickelt und beeinflussten andere Länder mit ihrer Musik.

Jedes der Vergleichsländer hat bedeutende, erfolgreiche Musikexporteure. Schwedens bedeutendster Musikexporteur ist ABBA. Ihre Musik war auf ein internationales Publikum ausgerichtet und ihre enormen Erfolge beeinflussten seit den 70er Jahren viele Musiker, besonders deutlich wird dies an den ähnlichen Bandkonstellationen – wie z. B. bei Ace of Base. Vor ABBA gab es auch schon schwedische Musiker, die kleinere oder größere Erfolge im Ausland aufweisen konnten, jedoch fehlten den schwedischen Musikern oftmals technische und finanzielle Mittel, um mit den angloamerikanischen Musikern, die den internationalen Musikmarkt beherrschten, mithalten zu können. Außerdem waren die schwedischen Musiker vor ABBA oftmals nicht kreativ genug und imitierten viel. Wenn sie eigene Musik machten, die sich von der angloamerikanischen Musik unterschied, hatte diese oft eine mangelhafte Tonqualität und es gab kaum Bedarf im Ausland. Die Band ABBA kann also als massiver Einschnitt und Grund für Veränderungen in der schwedischen Musiklandschaft

---

<sup>218</sup> Die Begriffe Musikwirtschaft und Musikindustrie werden in der vorliegenden Dissertation synonym verwendet. Man versteht unter Musikwirtschaft bzw. Musikindustrie „[...] die Gesamtheit aller Marktteilnehmer, die sich forlaufend systematisch mit Herstellung, Verkauf und Vermarktung musikalischer Produkte befassen“ (Kromer 2008, S. 26). Somit gehören die traditionelle Tonträgerindustrie, Distributoren, Musikverlage, das musikalische Live-Entertainment, Begleitindustrien (z. B. Merchandisingunternehmen, Internetprovider oder Studioteknik), Musiker, Autoren und künstlerische Produzenten dazu (vgl. Kromer 2008, S. 27). In den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts entstand der Begriff Musikindustrie, weil sich ab dann weltweit die kommerzielle Verwertung der Tonträger durchzusetzen begann (vgl. Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 80).



angesehen werden. Qualitativ hochwertige, kreative, eigenständige, sich von angloamerikanischer Musik unterscheidende Songs waren nun an der Tagesordnung.

Bzgl. der Musikgeschichte und den jeweils angesagten Musikstilen sind Unterschiede zwischen Deutschland und Schweden zu erkennen. Die Unterschiede, die zwischen den heutigen Musikexporten bestehen, sind teilweise schon in der unterschiedlichen geschichtlichen Entwicklung der Musik zu erkennen. Die Schweden haben sich seit den 50er Jahren immer weiter auf den internationalen Markt konzentriert und englischsprachige Musik gemacht, während in Deutschland die deutschsprachige Musik dominiert hat und diese auch im Ausland erfolgreich ist. Die englische Sprache war in Schweden schon in den 50er Jahren populärer als in Deutschland. Die Schweden nahmen die aus den USA kommende Rockmusik eher an als die Deutschen und sie fingen auch eher an, diese nachzuahmen und eigene Rockmusik zu machen. Während es in Deutschland hauptsächlich Berufsmusiker gab, war das Amateurmusizieren durch Jugendliche in den 50er Jahren in Schweden populär. In den 60er Jahren zeigte sich durch die Amerikanisierung und das Nachahmen englischer Beatgruppen eine bedeutende Parallele zwischen Deutschland und Schweden. Während die deutschen Musiker hauptsächlich in der Landessprache sangen, sangen die schwedischen Musiker seit 1974 hauptsächlich auf Englisch. Beide Länder feierten nun die ersten wirklich großen Musikexporterfolge mit den Bands ABBA und Kraftwerk, die beide etwas Neues auf dem Weltmusikmarkt boten, jedoch in unterschiedlichen Sprachen, einmal mit englischsprachigen (ABBA) und einmal mit deutschsprachigen (Kraftwerk) Texten, erfolgreich waren. Auch die Genres, in denen schwedische und deutsche Musiker hauptsächlich erfolgreich waren, unterschieden sich. Schweden konzentrierte sich international auf die Pop-, Deutschland auf die Rockmusik. Auch in den 80er Jahren gab es zwei wesentliche, sich unterscheidende Punkte: die unterschiedliche Verwendung der Sprache und die Konzentration auf den Heimatmarkt bzw. internationalen Musikmarkt. Während deutsche Musiker hauptsächlich auf Deutsch sangen (NDW) und sich auf den Heimatmarkt konzentrierten, waren die schwedischen Musiker mit englischsprachigen Texten international orientiert. In Deutschland war man aufgrund des größeren Heimatmarktes nicht auf Erfolge im Ausland angewiesen. Von den 90er Jahren bis heute sind immer mehr Parallelen zwischen Deutschland und Schweden zu finden. Der einzig bedeutende Unterschied ist weiterhin, dass deutsche Musiker neben englischsprachigen auch mit

deutschen Texten Erfolg im Ausland haben, schwedische hingegen fast ausschließlich nur mit englischsprachigen. Ansonsten sind beide Länder in vielen verschiedenen Genres mit ihrer Musik im Ausland erfolgreich. In beiden Ländern wird heutzutage verstärkt auf den langfristigen Künftleraufbau gesetzt und in beiden Ländern gibt es eine kreative Musikszene.

Beim Vergleich zwischen der dänischen und der schwedischen Musikgeschichte fällt auf, dass es hier mehr Parallelen als zwischen der deutschen und der schwedischen gibt. Jedoch gibt es auch bedeutende Unterschiede, die den unterschiedlichen Musikexporterfolg Dänemarks und Schwedens erklären können. Schon in den 50er Jahren hatte Schweden einen entscheidenden Vorteil Dänemark gegenüber. Es gab in Schweden keine Importbeschränkungen für Schallplatten aus dem Ausland. Die schwedische Bevölkerung kam somit im Gegensatz zur dänischen viel leichter an ausländische Musik. In Schweden entwickelte sich in den 50er Jahren der aus den USA kommende Rock'n'Roll schneller als in den anderen skandinavischen Ländern. Schweden war außerdem stärker amerikanisiert. Der schwedische Pop beeinflusste die übrigen nordischen Länder, schwedische Bands spielten schon in den 60ern in Finnland, Norwegen und Dänemark und einige wurden dort auch zu Idolen, während aber die Schweden die Musik aus Dänemark, Norwegen und Finnland oft ignorierten (vgl. Rasmusson 1988, S. 159). Schweden zeigt eine stärkere und früher beginnende internationale Orientierung als Dänemark. Während sich in Dänemark Ende der 60er Jahre die Entwicklung, dass man wieder in der Landessprache sang, früher als in Schweden vollzog, sang man in Schweden noch verstärkt auf Englisch. Die internationale Orientierung zahlte sich in den 70er Jahren aus und Schweden hatte seinen ersten großen Musikexporterfolg mit ABBA. In Dänemark hingegen konnte man nur kleinere Musikexporterfolge vorweisen. In Schweden kann man seit den 70er Jahren vom Musikexporterfolg sprechen, in Dänemark nicht. Auch in den 80er Jahren zeigten die schwedischen Musiker noch eine stärkere internationale Orientierung als die dänischen Musiker und sind international viel erfolgreicher, in Schweden sangen die Musiker auch öfter auf Englisch als in Dänemark. Erst in den 90er Jahren gab es bezüglich der internationalen Orientierung und der Sprachwahl eine bedeutende Veränderung. Die vorher so dominante dänische Sprache wurde in den 90er Jahren durch das Englische abgelöst und die dänischen Musiker orientierten sich nun verstärkt international. Gleichzeitig wurde auch der dänische Musikexport erfolgreicher als in den vorherigen Jahrzehnten. Obwohl sich sowohl

Schweden als auch Dänemark in den 90er Jahren international orientierten, war Schweden weiterhin der erfolgreichere Musikexporteur. Für die Schweden war der Erfolg im Ausland schon zur Normalität geworden, da sie seit dem Exporterfolg ABBA an musikalische Exporterfolge gewöhnt waren. Für die Dänen sind die Exporterfolge seit den späten 90er Jahren Jahren auch zur Normalität geworden und Dänemark steigert die Zahl der im Ausland erfolgreichen Musiker immer weiter. Immer häufiger feiern die dänischen Musiker Charterfolge im Ausland. Zwar kann Dänemark noch nicht an die schwedischen Exporterfolge heranreichen, jedoch nähert sich Dänemark Schweden immer weiter an. Durch die Exporterfolge dänischer Musiker – wie z. B. von Aqua – scheinen die dänischen Musiker verstärkt motiviert worden zu sein, zu versuchen, mit ihrer Musik im Ausland erfolgreich zu werden. Es gibt viele dänische Musiker, die einen eigenen, schnell wiedererkennbaren Sound haben. Schwedische und dänische Musiker sind fast ausschließlich mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich. In beiden Ländern sind aber auf dem Heimatmarkt neben dem Englischen auch die Muttersprachen anerkannt. Der Vergleich der schwedischen mit der dänischen Musikgeschichte zeigt, dass eine Loslösung von angloamerikanischen Vorbildern, die Entwicklung eines eigenen Sounds und Images, eine internationale Orientierung, das Vorhandensein von aus dem eigenen Land kommenden Musikexporteuren, deren Exporterfolge die nachfolgenden Musiker motivieren und das Singen auf Englisch wichtige Faktoren für einen erfolgreichen schwedischen und dänischen Musikexport sind. Dass Dänemark sich Schweden angenähert hat und immer mehr mit Schweden mithalten kann, kann auch daran liegen, dass es heutzutage dank der technischen Neuerungen einfacher geworden ist, selbst Musik zu produzieren und über das Internet seine Musik selbst verbreiten zu können. Dänemark fehlt ein solch bedeutender Musikexporteur wie ABBA, jedoch hat Dänemark den Vorteil, dass dort schon in den 70er Jahren Frauen eine größere Rolle in der Musik spielten und dies führte dazu, dass heutzutage mehr Frauen als in Schweden international erfolgreich sind.

Im Kontrast zu den Vergleichsländern Deutschland und Dänemark ist der schwedische Musikexport sehr erfolgreich. Er ist erfolgreicher als der dänische Musikexport und kann mit dem deutschen Musikexport mithalten. Obwohl sich in Deutschland auch eigenständige, innovative Musik entwickelte, scheinen es die Schweden besser verstanden zu haben, Musikstile- und bewegungen weiterzuentwickeln und auf langfristigen Erfolg zu setzen. Aus Kraftwerk entwi-

ckelte sich der Techno/Dance, dieser bestand aber größtenteils aus One-Hit-Wondern und kaum ein Künstler ist heutzutage noch erfolgreich. Die Bands, die in ABBA's Fußstapfen getreten sind, setzten auf dauerhafte Erfolge. Heutzutage hat sich aber die deutsche Musikindustrie soweit verändert, dass kaum noch auf One-Hit-Wonder gesetzt wird – mit Ausnahme von den Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar*. Es kann davon ausgegangen werden, dass auch in Zukunft viele deutsche, schwedische und dänische Musiker im Ausland auf sich aufmerksam machen werden. Schwedische Musiker haben schon lange erkannt, dass man auch im Ausland erfolgreich sein kann, wenn man aus einem bevölkerungsarmen Land stammt. Auch die dänischen Musiker haben dies mittlerweile erkannt. Die schwedischen und dänischen Musiker sind oftmals gezwungen, auch im Ausland Konzerte zu geben, um von ihrer Musik leben zu können, weil es aufgrund der kleinen Heimatmärkte nur begrenzte Möglichkeiten gibt zu touren und es zu viele gute Musiker gibt, die in Schweden und Dänemark erfolgreich sind.



## 4 Das schwedische Musikexportphänomen im Vergleich

Im Folgenden wird der schwedische mit dem deutschen Musikexport verglichen. Dass dies ein kompliziertes Unterfangen ist, zeigt sich an mehreren Stellen. Vor allem die Gegenüberstellung von Musikexportzahlen erweist sich als schwierig, da es kaum vergleichbare Zahlen gibt. Feusi und Küttel stellten 2011 fest, als sie den schwedischen mit dem schweizerischen Musikexport verglichen, dass eine Gegenüberstellung der Musikexportzahlen kaum möglich sei, da es für die beiden Länder keine vergleichbaren Zahlen gibt. Es gibt zwar Statistiken<sup>219</sup> zum schwedischen und schweizerischen Musikexport, jedoch basieren diese nicht auf den gleichen Faktoren, da z. B. nur der Gesamtumsatz berechnet wird und Import und Export nicht getrennt werden. Die beiden Autorinnen fanden nur zwei Studien<sup>220</sup>, die sich ihrer Meinung nach vergleichen ließen (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 57). Die Musikbranche ist allgemein sehr international und es ist schwierig, Zahlen für einzelne Länder zu finden, vor allem den Musikexport betreffend. Es gibt keine weltweit festgelegten Konventionen darüber, welche Faktoren in die Berechnung des Musikexportes mit eingerechnet werden. Ein Vergleich mit anderen Ländern ist nicht unproblematisch. Auch dadurch, dass jedes Land von bestimmten Strukturen geprägt ist und somit eine spezifische Eigenheit besitzt, ist der Vergleich von Musikfördererinstitutionen und anderen Aktivitäten relativ schwierig (vgl. Block 2002, S. 18). Außerdem hat der Musikexport in den Ländern einen unterschiedlichen Stellenwert, so dass es einfacher ist, Zahlen zum schwedischen Musikexport zu finden als zum deutschen, da der schwedische Musikexport, wie noch herausgestellt werden wird, in Schweden einen höheren Stellenwert hat als der deutsche in Deutschland. Es zeigt sich aufgrund der schwierigen Quellenlage auch die Notwendigkeit einer umfassenden Befassung mit dem Musikexport, damit nicht geeignete Studien herausgefiltert werden können. Eine wissenschaftliche

---

<sup>219</sup> „Die Suche nach Statistiken und vergleichbaren Zahlen ähnelte dann auch mehr als ein Mal der Suche von Kommissar Wallander nach dem mysteriösen Verdächtigen“ (Feusi/Küttel 2011, S. 70). Dieses Zitat beschreibt sehr treffend die Suche nach Statistiken zum Musikexport.

<sup>220</sup> Hier handelt es sich um eine Studie von Gebesmair (2008), die aufzeigt, welchen prozentualen Anteil am Gesamtumsatz einheimische Musik hat. Doch wird auch hier nicht zwischen Umsatz am einheimischen Markt und Export unterschieden. Bei der zweiten Studie handelt es sich um die aktuellsten Zahlen von STIM, die die Tantiemen, die Schweden an die Schweiz auszahlt – und umgekehrt – ausweist (vgl. Feusi/Küttel 2001, S. 57).



Untersuchung des Musikexportes ist die Zielsetzung. Trotz der aufgetretenen Probleme ist ein Vergleich des schwedischen mit dem deutschen Musikexport möglich und wird im Folgenden durchgeführt. Es wird vor allem nach den Gründen gesucht, warum ein Musikexport erfolgreich ist.

## 4.1 Schweden als einer der größten Musikexporteure der Welt

Lange Zeit waren nur die USA und Großbritannien erfolgreichere Musikexporteure als Schweden und Schweden hatte den Titel des drittgrößten Musikexporteurs inne. Ursprünglich lautete die Überschrift dieses Kapitels somit: Schweden als drittgrößter Musikexporteur der Welt. Einige Journalisten behaupteten sogar, dass Schweden der erfolgreichste Musikexporteur der Welt sei, da dort die weltweit höchsten Einnahmen aus Tantiemen pro Kopf erzielt werden würden<sup>221</sup> (vgl. Deibel). *Die Welt* bezeichnete Schweden als beinahe Weltmeister im Popexport, äußerte sich aber auch kritisch zum schwedischen Musikexport, da Schweden als drittgrößter Musikexporteur der Welt gelte, dabei aber verschwiegen werde, dass dies nur der Fall ist, wenn man die Einnahmen aus dem Export pro Kopf berechnet (vgl. Gatermann 2000). Wie schon in der Einleitung herausgestellt wurde, kann es heutzutage nicht als Tatsache angesehen werden, dass Schweden tatsächlich der drittgrößte Musikexporteur der Welt war, auch wenn diese Meinung in den Medien immer noch vorherrschend ist. Es muss kritisch hinterfragt werden, wie groß der schwedische Musikexport tatsächlich war. Im Folgenden werden die zum Musikexport vorhandenen Statistiken kritisch beleuchtet und es wird untersucht, wie es dazu kam, dass dieser dritte Platz von den Medien und der Regierung so gut wie nie hinterfragt wurde. „Tredjeplatsen hamrades in i så många tidningsartiklar att det än idag är många som tror på det“ (Strömberg 2011). Wie erfolgreich ist der Musikexport tatsächlich? Der Erfolg des schwedischen Musikexportes wurde in Kapitel 3 anhand der schwedischen, dänischen und deutschen Musikgeschichte dargestellt, aber spiegelt sich dies auch in den Statistiken zur schwedischen Musikindustrie und zum schwedischen Musikexport wieder? Zuerst werden im Folgenden die

---

<sup>221</sup> 1994 setzte der schwedische Musikmarkt 752 Millionen SEK um, mit der Bevölkerungszahl in Verbindung gesetzt ergibt dies einen Pro-Kopf-Umsatz von 94 SEK für Schweden und dieser Pro-Kopf-Umsatz sei der weltweit höchste (vgl. Forss 1999, S. 43; Rosander 2003; Werner 2001, S. 47).

einzelnen Statistiken zum schwedischen Musikexport vorgestellt. Anschließend werden die Statistiken kritisch betrachtet und am Schluss wird auf die Bedeutung des Musikexportes für Schweden eingegangen. In Kapitel 4.1.2 wird nochmals der Erfolg schwedischer Musik im Ausland beleuchtet, bevor dann anschließend die Gründe für den Erfolg des schwedischen Musikexportes ausführlich behandelt werden.

#### **4.1.1 Statistiken zum schwedischen Musikexport**

Um den Musikexporterfolg Schwedens beurteilen zu können, ist ein Blick auf die vorhandenen Statistiken zum Musikexport unerlässlich. Statistiken zum Musikexport gibt es in Schweden erst seit 1997, vorher wurden jedoch interessante Statistiken herausgegeben, die immerhin einen internationalen Vergleich ermöglichen. Seit 1970 werden Statistiken über den Tonträgerverkauf von der International Federation of Producers of Phonograms and Videograms (IFPI) und seit Mitte der 70er Jahre auch von dem Billboard International Buyer's Guide herausgegeben. 1976 hat der schwedische Kulturrat (Kulturrådet) eine Studie über die staatliche Unterstützung der Tonträgerindustrie<sup>222</sup> in Auftrag gegeben (vgl. Kulturrådet 1979, S. 11). Der schwedische Tonträgermarkt wurde mit dem anderer Länder verglichen. Es wurde der Verkaufswert in Millionen USD angegeben und der Verkaufswert pro Einwohner in USD berechnet. Schweden hatte den neuntgrößten Verkaufswert, 147 Millionen USD. Per Einwohner berechnet belegte Schweden mit 18 USD den ersten Platz. Dänemark und Norwegen erreichten z. B. nur den 18. und 19. Platz (51 und 46 Millionen USD), auf die Einwohnerzahl umgerechnet belegten Dänemark und Norwegen Platz 5 (Norwegen) und Platz 7 (Dänemark) mit elf bzw. zehn USD pro Einwohner (vgl. Kulturrådet 1979, S. 41).<sup>223</sup> Hier bestätigt sich die in Kapitel 3.3 gewonnene Erkenntnis, dass das Musikleben in den 70er Jahren in Schweden vielfältiger war als in Dänemark. Schon in den 70er Jahren waren die Schweden an Tonträgern interessierter als ihre skandinavischen Nachbarn. Schweden war, wie die 1979 herausgegebene Studie des Kulturrates herausstellt, das ton-

---

<sup>222</sup> „Zur Tonträgerindustrie zählen alle, die sich organisatorisch mit der Einspielung und Festlegung von Musik auf einem Träger beschäftigen und/oder nachfolgend diese auf Träger festlegte Aufnahme vermarkten“ (Kromer 2008, S. 24). Es zählen also Plattenfirmen, Vertriebsfirmen und Vervielfältigungsfabriken zu diesem Wirtschaftsbereich (vgl. Kromer 2008, S. 24).

<sup>223</sup> Im Anhang 1 findet sich eine detaillierte Tabelle mit weiteren Vergleichsländern.

trägerinteressierteste Volk. Auch im Jahr 1990 zählt Schweden noch zu den 15 Ländern, in denen die meisten Tonträger verkauft werden (vgl. Burnett 1992, S. 143f.)<sup>224</sup> Allerdings ist es interessant zu sehen, dass Schweden nur ca. fünf Prozent des gesamten Verkaufswertes der Tonträger in den USA und ca. 20 Prozent des westdeutschen Verkaufswertes erreichte. Es ist somit nicht verwunderlich, dass vor allem versucht wurde und wird, den Markt in den USA zu erobern, da dort die größten Gewinne erzielt werden können, da der Musikmarkt in den USA der größte ist (vgl. Kulturrådet 1979, S. 42).

Der schwedische Tonträgermarkt<sup>225</sup> ist zwischen 1965 und 1977 sehr kräftig gewachsen, besonders groß war das Wachstum von 1974 bis 1976 (vgl. Kulturrådet 1979, S. 43). Dies führte vermutlich dazu, dass der schwedische Kulturrat die eben vorgestellte Studie in Auftrag gab. Es liegt die Vermutung nahe, dass das besonders große Wachstum zwischen 1974 und 1976 mit dem Erfolg ABBAs zusammenhängt. Für die 80er Jahre liegen keine Statistiken vor, die für die vorliegende Dissertation von Interesse sind. Wie in Kapitel 3.1.4 schon herausgestellt wurde, waren die 80er Jahre musikalisch unspektakulär. Es gab drei große schwedische Musikexporteure, aber ansonsten ließen sich keine Entwicklungen finden, die für den Musikexport bedeutsam sind. Somit sah es die schwedische Musikindustrie oder die schwedische Regierung nicht als notwendig an, sich statistisch mit dem Musikexport Schwedens zu befassen.

Das Interesse am schwedischen Musikexport stieg aufgrund der anhaltenden schwedischen Musikexporterfolge in den 90er Jahren, so dass es zur Gründung des schwedischen Musikexportbüros ExMS<sup>226</sup> kam und Statistiken erstellt wurden. 1997 bekam Robert Burnett<sup>227</sup> von ExMS den Auftrag zu untersuchen, wie hoch die Einnahmen durch den schwedischen Musikexport sind. Das Ergebnis Burnetts ist, dass der schwedische Musikexport jedes Jahr 1,5 Milliarden Schwedische Kronen (SEK) nach Schweden bringt. Hierbei handelt es sich um die Einnahmen von 1994 bis 1995. Dieses Ergebnis führte dazu, dass ExMS ein

---

<sup>224</sup> Insgesamt wurden 1992 11.412 Aufnahmen herausgegeben, so dass sich die Schallplattenherausgaben zwischen 1972 und 1992 verzehnfacht haben (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 12).

<sup>225</sup> Die Größe des Tonträgermarktes berechnet sich u. a. aus dem Verkauf von Kassetten, Kassettenrekordern, Schallplattenspielern, Schallplatten und Reparationskosten von Schallplattenspielern und Kassettenrekordern (vgl. Kulturrådet 1979, S. 43).

<sup>226</sup> Genauer wird auf das schwedische Musikexportbüro in Kapitel 4.1.3.3.1 eingegangen

<sup>227</sup> Robert Burnett hatte sich auch schon vorher mit dem schwedischen Musikmarkt befasst. Ein Ergebnis seiner Untersuchungen war, dass 1990 6.667 Tonträger in Schweden veröffentlicht wurden, von denen 91 Prozent von ausländischen Künstlern stammen und nur neun Prozent von schwedischen (vgl. Burnett 1992, S. 144).

Rechenexperiment machte. Frühere Untersuchungen in England hatten ergeben, dass England ca. 15 Milliarden SEK durch den Musikexport verdient. Nun setzte ExMS dieses Ergebnis mit den Bevölkerungszahlen in Verbindung und multiplizierte die 1,5 Milliarden SEK mit dem Faktor 6,5, da Englands Bevölkerung 6,5 Mal größer ist. Somit kam man auf zehn Milliarden SEK und schlussfolgerte daraus, dass die USA auf dem ersten Platz liegen – die Einnahmen aus dem Musikexport betreffend – und Schweden den dritten Platz innehat. Dies war natürlich sowohl für die schwedische Musikbranche als auch für die schwedische Regierung eine gute Nachricht (vgl. Strömberg 2011). Allerdings werfen die Studie Burnetts und die von ExMS gemachten Schlussfolgerungen einige Fragen auf. Wie konnte sichergestellt werden, dass in England und Schweden die gleichen Faktoren in die Berechnung des Gewinns durch den Musikexport eingerechnet wurden? Wie hoch sind die Einnahmen durch den Musikexport in den USA und in anderen Ländern? Der Bericht von Burnett zieht nämlich keine Schlussfolgerungen über den schwedischen Musikexport im Vergleich zu anderen Ländern. Das Rechenexperiment, das ExMS machte, ist nicht Bestandteil des Berichts von Burnett, sondern die Auftraggeber des Berichts gaben an die Presse weiter, dass Schweden der drittgrößte Musikexporteur der Welt sei. Dabei wurde auch in den meisten Artikeln nicht darauf aufmerksam gemacht, dass dies nur der Fall ist, wenn man die Einnahmen per Einwohner berechnet. Es ist interessant, einen Blick auf das Verhalten der Politiker nach der Herausgabe der Studie Burnetts zu werfen. Leif Pagrotsky, zu diesem Zeitpunkt noch schwedischer Handelsminister, ernannte 1998 den schwedischen Pop zum Exportereignis des Jahres und bewilligte ExMS 500.000 SEK, damit ExMS davon einen schwedischen Konzertabend auf der weltweit größten Musikmesse Midem in Cannes ausrichten konnten. Dieser Abend fand unter dem Namen *Cool Sweden* statt (vgl. Strömberg 2011). Die schwedischen Politiker nutzten also das Ergebnis, dass Schweden der drittgrößte Musikexporteur sei, um im Ausland auf Schweden aufmerksam zu machen. Dabei unterstützten sie ExMS finanziell. Der Musikexport hat eine hohe Bedeutung für Schweden, da durch den Musikexport das Schwedenbild im Ausland positiviert werden kann. Der Titel des Konzertabends *Cool Sweden* macht dies deutlich. Schweden wird mit dem Adjektiv *cool* verbunden und das Ausland soll den Eindruck bekommen, dass schwedische Musik und somit auch Schweden „cool“ sind.

Das Interesse – vor allem das ökonomische – am schwedischen Musikexport stieg in den kommenden Jahren. „[...] [S]vensk musikexport är ett viktigt bidrag till landets ekonomi“ (Lilliestam 1998, S. 136). In den Jahren nach der Veröffentlichung der Studie Burnetts wurden regelmäßig Statistiken zum Musikexport erstellt und veröffentlicht. Die erste nach dem Bericht Burnetts veröffentlichte Studie wurde vom Ökonomen Kim Forss im Jahr 1999 unter dem Titel *Att ta sig ton: om svensk musikexport 1974 – 1999* erstellt. Am Titel der Studie wird deutlich, dass man wirklich erst seit 1974 – seit dem weltweiten Erfolg ABBA – vom Musikexporterfolg Schwedens spricht, wie dies auch in Kapitel 3.1 herausgestellt wurde. Bei der 1999 veröffentlichten Studie von Kim Forss handelt es sich um eine staatliche Untersuchung, die beeindruckende Zahlen vorlegte (vgl. Deibel). Sie kam zu dem Ergebnis, dass Schweden 1997 3,3 Milliarden SEK durch den Musikexport eingenommen hat (vgl. Forss 1999, S. 3; Strömberg 2011). Die Zahl ist somit mehr als doppelt so hoch wie die von Burnett ermittelte. Es stellt sich die Frage, ob sich Schwedens Musikexport innerhalb von zwei Jahren verdoppelt hat oder ob er unterschiedlich berechnet worden ist. Burnett stellt heraus, dass es drei Einnahmetypen gibt: *mekaniska rättigheter*, *upphovsrättigheter* und *framträdanden*. Unter *framträdanden* fallen die Einnahmen, die durch Konzerte und andere Anuftritte zustande kommen. *Mekaniska rättigheter* bezeichnen die Einkünfte aus CD-Verkäufen, die die Schallplattenfirmen erhalten. Und unter *upphovsrättigheter* fallen Einnahmen, die Musiker oder Schallplattenfirmen durch den Verkauf oder das öffentliche Spielen ihrer Musik erhalten (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001). Forss gibt ebenfalls drei Exportkategorien an: *varor*, *upphovsrättigheter* bzw. *royalty-inkomsterna* und *tjänster* (vgl. Forss 1999, S. 3; Hallencreutz/Lundequist 2001). Die Einnahmetypen werden bei Burnett und Forss mit Ausnahme von den *upphovsrättigheter* anders benannt und wie im Folgenden noch herausgestellt werden wird, hat Forss die Kategorien der Einnahmetypen sehr weit gefasst und noch mehr Faktoren in den Musikexport eingerechnet als Burnett. ExMS gab in den kommenden Jahren jährlich eine Statistik über den schwedischen Musikexport heraus. Im Jahr 2000 brachte der schwedische Musikexport Einnahmen von 4,6 Milliarden SEK nach Schweden (vgl. Forss 2001) und somit übertrafen „[z]um ersten Mal in der Geschichte der schwedischen Rechteverwaltungsgesellschaft STIM [...] die Einkünfte aus Musikexporten die Aus-



gaben für importierte Produkte und Dienstleistungen“ (Werner 2001, S. 47).<sup>228</sup> Dabei war der Warenexport von Auftragspressungen, Produktionsmaschinen und CDs der umsatzstärkste Bereich, der rund 2,9 Milliarden SEK zum aktuellen Wert beisteuerte. Im Vergleich zum Vorjahr handelte es sich hierbei um ein Minus von sieben Prozent (vgl. MusikWoche 2001). Im Jahr 2002 verzeichnete man bei den Exporterlösen, die allein auf Musik und den mit Musik verbundenen Dienstleistungen bezogen waren, ein Minus von zwei Prozent (vgl. MusikWoche 2003). Da aber die Einnahmen aus dem Bereich Film-DVDs gestiegen waren, „[...] stiegen die gesamten Exportumsätze der schwedischen Musik- und Dupliziererbranche um rund 40 Prozent auf 6,8 Mrd. Kronen - umgerechnet rund 750 Mio. Euro“ (MusikWoche 2003). 2001 lagen die Exportumsätze noch bei 530 Millionen EUR (vgl. MusikWoche 2003). 2003 verdiente Schweden durch den Musikexport rund 780 Millionen EUR, somit sieben Milliarden SEK, pro Jahr (vgl. Bomsdorf 2004b). Diese stellen die bis dahin höchsten Einnahmen in der schwedischen Musikexportgeschichte dar. Die Betrachtung der Statistik von 2004 bis 2006 ergibt, dass die Einnahmen von fast sieben Milliarden SEK auch die bis heute höchsten Einnahmen sind. 2006 nahm die Schwedische Verwertungsgesellschaft für musikalische Urheberrechte (STIM) 342 Millionen SEK über Lizenzgebühren aus dem Ausland für Musik ein, welche von Schweden komponiert wurde. Dies ist ein neuer Rekord (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 5). Es zeigt sich also deutlich der wirtschaftliche Erfolg. Seit 2005 werden die Einkünfte, die durch den Verkauf von CD-Maschinen erzielt wurden, nicht mehr mit eingerechnet. Im Jahr 2005 halbierten sich „[...] totala intäkterna för svensk musikexport, varor och tjänster [...]“ (Damberg 2006) im Gegensatz zu 2004. Dies zeigt die Statistik von ExMS, die auch noch das Jahr 2006 miteinbezieht. 2006 sind die Einnahmen weiter rapide nach unten gegangen auf 2.132 Millionen SEK. Dies wird damit erklärt, dass ExMS, das für die Zusammenstellung der Statistik verantwortlich ist, für die Statistik im Jahr 2005 einige Daten, die in den vorherigen Jahren mit in die Statistik eingerechnet wurden, weggelassen hat. Deutlich wurde somit, dass die Messmethode von ExMS nicht zuverlässig und eine Vergleichbarkeit der Zahlen kaum möglich ist. Aus diesem Grund wurden die Statistiken aus den Jahren 1999 bis 2006 nur recht kurz dargestellt und ExMS verzichtete ab 2006

---

<sup>228</sup> Hallencreutz und Lundequist stellen heraus, dass damit nicht die Exporthöhe des Automobilherstellers Volvo erreicht wird, aber die Musikexporteinnahmen mit den Exporteinnahmen von Absolut Vodka oder Eisenerz vergleichbar sind (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001).



erstmal auf die erneute Herausgabe von Statistiken zum Musikexport, nachdem die Zahlen von 2003 bis 2006 stark gefallen waren. Durch eine sorgfältige Recherche stößt man auf eine Quelle, die darauf hinweist, dass die Statistik, die ExMS herausgegeben hat, nicht zu verwenden sei, da andere Länder keine Untersuchungen zum Musikexport gemacht hätten und es somit nicht möglich sei, Schweden mit anderen Ländern zu vergleichen (vgl. Strömberg 2011). Eine Anfrage beim Statistischen Amt der Europäischen Union (Eurostat) ergab, dass es dort keine Daten zum Export von Musik gibt (vgl. Anhang 2). Allerdings liegen Statistiken zum Export von CDs vor. Schweden hat 2009 42 Millionen EUR durch den Export von CDs eingenommen (vgl. Eurostat 2011, S. 130). Es muss aber darauf hingewiesen werden, dass bei bespielten Datenträgern nicht nach Inhalten unterschieden wird (vgl. Anhang 3). Es handelt sich hier also nicht nur um Musik-CDs. Somit ist die Statistik nicht brauchbar, um die Größe des Musikexportes zu bestimmen.

Im Folgenden werden die kritischen Stimmen zu den Musikexportberechnungen angeführt, da der schwedische Musikexport und die Statistiken in den letzten Jahren nicht immer ganz so positiv bewertet worden sind. „Det svenska musikundret är en bluff“ (Bjurman 1999) ist die Schlussfolgerung des für das *Aftonbladet* schreibenden Per Bjurman. Es gäbe keine Statistiken, die belegen würden, dass Schweden der drittgrößte Musikexporteur sei (vgl. Bjurman 1999). Dies führte sogar dazu, dass Leif Pagrotsky davon Abstand nahm, von Schweden als dem drittgrößten Musikexporteur der Welt zu sprechen, nachdem er von *Tidningarnas Telegrambyrå* zu den Vorwürfen Bjurmans befragt wurde. ExMS hatte erkannt, dass Schweden nicht mehr Musik als z. B. Italien oder Spanien verkauft. Aber dies führte nicht dazu, dass der Mythos von Schweden als drittgrößtem Musikexporteur starb (vgl. Strömberg 2011). Denn obwohl es keine aussagekräftigen Vergleichszahlen gibt, klingt es plausibel, dass Schweden per Einwohner gerechnet das erfolgreichste Land beim Musikexport und den damit verbundenen Urheberrechten ist (vgl. Jahnke 2010, S. 52). Auch heutzutage wird Schweden in den Medien oft noch als drittgrößter Musikexporteur der Welt bezeichnet, so z. B. im *Auslandsjournal* des ZDF am 22. Mai 2013 (vgl. Hebestreit 2013). „Musikbranchen vill att Sveriges varumärke ska sälja musiken. Båda menar att regeringen borde satsa mer pengar på musikexporten trots att man redan ser sig som överlägsen grannländerna som satsar mer“ (Strömberg 2011). Es wird also deutlich, dass die Musikindustrie kein Interesse daran hat, richtigzustellen, dass Schweden nicht der drittgrößte Mu-

sikexporteur der Welt ist. Es wird in den Medien auch sehr selten darauf hingewiesen, dass Schweden – abgesehen davon, dass die Zahlen bereits problematisch sind – nur dann als drittgrößter Musikexporteur erscheint, wenn man zum einen ausschließlich den englischsprachigen Musikmarkt betrachtet und zum anderen die Musikexporteinkünfte in Relation zur Bevölkerung setzt. Ohne die Relationierung der Einkünfte zur Bevölkerungszahl läge Schweden den weltweiten Umsatz betreffend weit hinter Ländern wie Japan, Deutschland oder Brasilien liegen (vgl. Deibel). Die Studie von Forss wurde erst im Nachhinein kritisiert, weil sie in ihre Berechnungen z. B. CD-Pressmaschinen eingerechnet und damit die Basis für ihre Berechnungen zu breit angelegt hat. Forss gab selbst zu, dass die Fehlerspanne seiner Statistiken bei rund 20 Prozent liegt (vgl. Strömberg 2011). „Different methods of measurement are often used in international statistics“ (Wallis/Malm 1984, S. 22). Es wird somit deutlich, dass eine kritische Beleuchtung aller Statistiken notwendig ist. Bert Karlsson, Musikverlagsdirektor, sieht aufgrund der in die Statistik mit eingerechneten CD-Pressmaschinen die Verleihung des Musikexportpreises als fragwürdig an: „De blandar ihop äpplen och päron hela tiden. Det är CD maskiner vi [i Sverige] har sålt som dom har blandat ihop med det, men det är ju inte så jävla roligt att dela ut pris för en CD maskin“ (Classon/Dahlström 2005, S. 7). Außerdem findet in der Studie von Forss keine Abgrenzung von Exporten und Verkäufen im Inland statt, die Sparte Populärmusik wird auch nicht für sich ausgewiesen. Für die Messung des Musikexportes ist die Studie somit nicht brauchbar (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 61). Die Unbrauchbarkeit der Studie änderte nichts daran, dass Schweden immer noch als einer der größten Musikexporteure der Welt gilt. „Än idag vet ingen egentligen hur mycket Sverige tjänar på musikexporten“ (Strömberg 2011). Mittlerweile gibt es eine Quelle, die herausstellt, dass Schweden nur noch der fünftgrößte Musikexporteur der Welt sei, was aber immer noch sehr beeindruckend für ein Land mit einer geringen Bevölkerung ist. Der schwedische Musikexport wird und wurde somit von anderen Ländern eingeholt. Auch die anderen nordischen Länder beginnen den schwedischen Musikexport einzuholen (vgl. van der Weyden 2007). Genaue Statistiken und Quellen werden in dem Artikel nicht genannt, so dass dieser Artikel ungeeignet ist. Jedoch wurde er hier trotzdem angeführt, um zu zeigen, wie viele Spekulationen es im Internet über die Größe des schwedischen Musikexportes gibt. Im Folgenden wird nochmals ausgeführt, warum es so schwierig ist, Musikexporteinkünfte zu berechnen. Es ist ein schwieriges Unterfangen, da es keine

zuverlässige Weise gibt, die Einkünfte aus Liveauftritten im Ausland, also Turnéen und Konzerten, zu messen. Bedeutende Anteile von Einkünften, die schwedische Musiker, Urheber, Künstler und Produzenten im Ausland erzielen, bleiben in ausländischen Firmen, so dass diese auch nicht in die Musikexporteinkünfte dieser Studie mit eingerechnet werden können (vgl. Musiksverige 2012b). „[...] [F]lera av de svenska artister som är stor säljare utomlands, som Hammerfall, är kontrakterade i andra länder så vi kommer inte åt deras siffror, säger Anders Hjelmstorp på Export Music Sweden“ (Damberg 2006). Es ist allgemein sehr problematisch, die Einkünfte der schwedischen Musikbranche zu messen, da der Musikmarkt heutzutage stark internationalisiert ist. Länderübergreifende Produktionen sind heutzutage aufgrund der technischen Entwicklung möglich, das digitale Format bewirkt, dass sich Musik leicht auf der ganzen Welt verbreiten lässt, Musiker verschiedener Länder können leicht zusammenarbeiten, da sie sich z. B. *filer* zuschicken können oder mehrere Urheber mit unterschiedlichen Nationalitäten können hinter einem Song stecken. Das Hören von Musik ist nicht mehr an einen Platz gebunden, so wie es früher der Fall war, durch Computer und Smartphones kann man Musik hören, egal wo man sich befindet (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 14).

Nachdem 2006 die Musikexportstatistiken eingestellt wurden, liegen für die Jahre ab 2010 erneut solche Statistiken vor. Hierbei handelt es sich um die Statistiken eines Pilotprojekts, welches vom Tillväxtverket, also einem Organ der Regierung, im Rahmen der Bemühungen der Regierung für kreative und kulturelle Gewerbe gefördert wird. Der Auftrag wurde an Musiksverige<sup>229</sup> gegeben und das Unternehmen aus der Kreativbranche Volante ist für die Methodenentwicklung, die Analyse und die Erhebung der Daten zuständig (vgl. Musik-

---

<sup>229</sup> „Musiksverige är intresseorganisationen som samlar den svenska musikbranschen. Vi för dialog med politiker, myndigheter och media för att ge den svenska musiken bästa möjliga förutsättningar att skapas, utvecklas och spridas. Musiksverige är också ett forum för branschens beslutsfattare där de olika parterna arbetar gemensamt för att utveckla branschen. Musiksverige har fjorton medlemsorganisationer som samlar artister, musiker, kompositörer, textförfattare, managers, producenter, musikbolag, musikförläggare, musikkonsulter och musikbranschutbildningar i Sverige“ (<http://www.musiksverige.org>). Musiksverige wurde von Sveriges Yrkesmusikerförbund (SYMF), Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation (SAMI), Musikerförbundet, Musikförläggarna, STIM, Sveriges kompositörer och textförfattare (SKAP), Föreningen Svenska Tonsättare (FST), Svenska Oberoende Musikproducenter (SOM) und der International Federation of the Phonographic Industry (Ifpi Sverige) gegründet. Mitglieder des Netzwerkes sind Sveriges Dragspelares Riksförbund, Swedish Sound Engineers Society (SSES), Föreningen Musikbranschutbildningar, Music Managers Forum Sweden (MMF) und Music Business Independent Network (MBIN) (vgl. Musiksverige 2014, S. 2).

verige 2012b). Das Ziel dieses Pilotprojektes ist es, eine Methode zu entwickeln, die eine Vergleichbarkeit der Zahlen zulassen soll und auch ein Update der Zahlen erlaubt. Es wird also angestrebt, für zukünftige Studien eine zuverlässige Messmethode zu entwickeln (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 12). Insgesamt hat die schwedische Musikbranche 2010 5,211 Milliarden SEK auf dem schwedischen Markt umgesetzt, durch den schwedischen Musikexport hat Schweden zwischen 700 und 800 Millionen SEK verdient. Damit sind Einkünfte schwedischer Musik im Ausland gemeint, die an in Schweden registrierte Firmen gehen. Die Einkünfte aus Liveauftritten im Ausland, also Turnéen und Konzerten, werden in dieser Statistik mit 100 bis 200 Millionen SEK angegeben, liegen aber wahrscheinlich höher (vgl. Musiksverige 2012b). Diese Statistik wurde im Februar 2012 präsentiert und es muss beachtet werden, dass hier nicht nur die Einkünfte der populären Musik aufgeführt werden, sondern der Musik aller Genres. Auch werden in dieser Statistik nur die Einkünfte aus der eingespielten Musik, der Konzerteinkünfte und der Einkünfte aus den Urheberrechten<sup>230</sup> aufgeführt (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 11). Dies ist aber positiv zu bewerten, da nur so eine Vergleichbarkeit der Zahlen gewährleistet werden kann. 2011 wurde die Zusammenarbeit zwischen dem Tillväxtverket und Musiksverige fortgesetzt, um eine Statistik für 2011 herausgeben zu können und eine Statistik für den Export durch Livemusik zu entwickeln, da die Einkünfte im Jahr zuvor nur ungefähr angegeben werden konnten (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 11). Dadurch, dass in diesem Bericht von 2012 die Veränderungen beachtet wurden, die sich in der Musiklandschaft ergeben haben – also der Wegfall und das Hinzukommen von einigen Datenlieferanten<sup>231</sup> und die Neuberechnung ihrer Dateneinkünfte, durch eine Umkategorisierung begründet – mussten die ursprünglichen Zahlen aus dem Jahr 2010<sup>232</sup> revidiert werden, da man zwei in allen Punkten vergleichbare Statistiken haben wollte (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 12). 2011 hat die schwedische Musikbranche rund 6,3 Milliarden SEK umgesetzt, dies sind vier Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die 6,3 Milliarden SEK enthalten sowohl die Einkünfte aus dem Export als auch aus dem einheimischen Markt. Die Exporteinkünfte betragen ca. eine Milliarde

---

<sup>230</sup> „De upphovsrättsliga intäkterna avser insamlade medel till upphovsmän, förlag, musiker och musikbolag“ (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 16).

<sup>231</sup> Zu den wichtigsten Datenlieferanten gehören Copyswede, IFPI, Musikförläggarna, das Nordic Copyright Bureau (NBC), SAMI, das Statistiska centralbyrån (SCB), SOM und STIM (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 13).

<sup>232</sup> Bei den gerade dargestellten Zahlen für das Jahr 2010 handelt es sich schon um die neu berechneten.

SEK, also rund 16 Prozent des totalen Umsatzes. Auch hier ist eine Steigerung des Umsatzes zu beobachten und zwar liegt der Exportumsatz um ein Prozent höher als im vorausgehenden Jahr. Betont wird in dieser Studie, dass nicht der gesamte Musikexport gemessen werden kann (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 8). „För att kunna avspegla det totala värdet måste man ta hänsyn både till mjukare värden, såsom varumärkesvärden och intäkter som genereras av svensk musik men som stannar i utlandet“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 8). Nicht in die Statistik eingerechnet wurden z. B. die Gagen, die von ausländischen Konzertagenturen an schwedische Musiker gezahlt wurden (vgl. Musiksverige 2014, S. 7). Somit wurden in die Exporteinkünfte nur die Einnahmen aus Urheberrechten, eingespielter Musik<sup>233</sup> und Konzerten eingerechnet. Die Exporteinkünfte aus Konzerten betragen 2011 281 Millionen SEK, im Jahr 2010 241 Millionen SEK, so dass die Einnahmen um 17 Prozent gestiegen sind. Es wird darauf hingewiesen, dass normalerweise nur die sehr bekannten Musiker bedeutende Exporteinkünfte durch Exporte erzielen (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 28). „Även om de flesta utlandskonserter inte ger några betydande intäkter till svenska artister och konsertbolag, utgör de ändå viktiga satsningar inför framtiden“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 28). Wenn schwedische Künstler im Ausland Konzerte geben, sind die Einnahmen in der Regel nicht so hoch, als wenn sie in Schweden selbst Konzerte geben, da schwedische Musiker oft mit einem ausländischen Management oder Agenten zusammenarbeiten, wenn sie im Ausland Konzerte geben. Somit geht in diesem Fall nur die Gage für die Musiker als Exporteinnahme nach Schweden (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 28). Die Einnahmen aus Urheberrechten sind im Vergleich zu 2010 von 460 auf 502 Millionen SEK gestiegen<sup>234</sup> (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 24). Die Exporteinnahmen aus eingespielter Musik betragen 2011 220 Millionen SEK, dies ist ein Rückgang von einem Prozent im Vergleich zu 2010, da im Jahr 2010 eingespielte Musik für 221 Millionen SEK exportiert wurde (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). Der Export von Musik im physischen Format sank (von 154 auf 145 Millionen SEK) 2011, während der von Musik im digitalen Format stieg (von 67 auf 75 Millionen SEK) (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 28). Der physische Musikmarkt ist also eingebrochen – die skandinavischen Länder verfügen

---

<sup>233</sup> „Exportintäkter från inspelad musik utgörs till största delen av licensintäkter, som kommer de svenska musikbolagen och deras artister till godo när de ingår avtal med parter i andra länder. En mindre del utgörs av direktexport av fysiska exemplar av till exempel cd- eller dvd-skivor“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 27).

<sup>234</sup> Vergleiche Anhang 4.



über eine besonders hohe Online-Piraterie-Quote – jedoch konnten sich die digitalen Dienste wie Spotify hier schnell etablieren und sorgten dafür, dass der Gesamtmarkt 2011 sogar leicht stieg (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 63). „När det gäller den inspelade musiken måste betonas att det som blir en exportintäkt i Sverige motsvaras av en fem till sex gånger större betalningsvilja för svensk musik utomlands“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). Dies liegt daran, dass nur die Nettoeinnahmen in Form von Lizenzeinnahmen zurück nach Schweden kommen. Der Rest bleibt z. B. bei Großhändlern im Ausland. Somit liegt die Zahlungsbereitschaft für das exportierte Repertoire der schwedischen Musikverlage bei schätzungsweise 1,2 Milliarden SEK (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 27). Schweden hat nur mit vier Ländern eine negative Handelsbilanz – die Einkünfte aus Urheberrechten betreffend – die an die Songwriter und Komponisten gehen: mit den USA, Großbritannien, Kanada und Frankreich.<sup>235</sup> Die positivste Handelsbilanz – die Einkünfte aus den Urheberrechten betreffend – hat Schweden mit Singapur, hier ist der Export 71 Mal größer als der Import. Auf den nachfolgenden Plätzen folgen Hongkong, Japan, Ungarn und Brasilien (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 25). Interessant ist auch, aus welchen Ländern die schwedischen Musiker die meisten Einnahmen für Auslandsauftritte erhalten. Die höchsten Einnahmen erhält Schweden aus Deutschland (5,5 Millionen SEK), es folgen Dänemark (4,0 Millionen SEK), die Niederlande (3,7 Millionen SEK), Norwegen (3,2 Millionen SEK) und Finnland (2,8 Millionen SEK). Der nordische sowie der deutsche und niederländische Markt sind also sehr bedeutsam für Schweden (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 25). Die skandinavischen Märkte sind zwar recht klein, jedoch ist es dort für schwedische Musiker aufgrund der Sprachverwandtheit, der räumlichen Nähe und kulturellen Ähnlichkeit leicht, ihre Musik bekannt zu machen und zu touren. Es wird immer nur vom schwedischen Musikexport gesprochen, aber meist außer Acht gelassen, dass der Musikimport in anderen Ländern steigen muss, damit die schwedischen Musikexporteinnahmen steigen. Insgesamt gesehen – wenn also die Einkünfte des einheimischen Marktes und die Exporteinkünfte zusammengerechnet werden – sind 2011 sowohl die Einkünfte aus den Urheberrechten auf dem Onlinemarkt als auch die Einnahmen aus „inspelad musik“<sup>236</sup> stark gestiegen. Der Onlineverkauf der eingespielten

---

<sup>235</sup> Vergleiche Anhang 5.

<sup>236</sup> „Med intäkter från inspelad musik menar vi försäljning av musikinspelningar i olika format såsom cd-skivor, nedladdningar och strömningar“ (Musiksverige 2014, S. 20). Im Folgenden wird „inspelad musik“ mit „eingespielter Musik“ übersetzt.



Musik im einheimischen Markt hat zum ersten Mal den physischen Verkauf überstiegen und somit ist hier der Trend zu erkennen, dass der Onlineverkauf einen immer größeren Anteil an dem totalen Umsatz einnimmt, auch auf dem Exportmarkt. Wenn man die Einnahmen aus den Konzerten betrachtet, machen diese ca. die Hälfte der Gesamteinnahmen aus, sie liegen bei ca. 3,2 Milliarden SEK und somit bei 51 Prozent der Gesamteinkünfte (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 8). Seit 2004 steigen die Einkünfte aus Konzerten kontinuierlich (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 22). Die Einkünfte aus eingespielter Musik liegen bei 1,4 Milliarden SEK und machen 22 Prozent der Gesamteinkünfte aus, die Einkünfte aus den Urheberrechten<sup>237</sup> betragen 1,7 Milliarden SEK und machen somit 27 Prozent der Gesamteinkünfte aus (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 8). Hier sind die Einnahmen des einheimischen und des Exportmarktes zusammengerechnet worden. Wenn man die Einnahmen aus den Urheberrechten des einheimischen Marktes pro Einwohner betrachtet, gehört Schweden zu den erfolgreichsten Ländern der Welt. Schweden hat mit 132 SEK pro Einwohner fast doppelt so hohe Einnahmen wie Großbritannien mit 75 SEK pro Einwohner. Die USA haben nur Einnahmen von 39 SEK pro Einwohner (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 18). Im Vergleich zu 2010 sind die Einkünfte der schwedischen Musikbranche um vier Prozent von 6,1 auf 6,3 Milliarden SEK gestiegen (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 30). Damit ist der Zuwachs höher als Schwedens Zuwachs im Ganzen, der Umsatz der Musikbranche entspricht drei Prozent von Schwedens Bruttonationalprodukt (vgl. Musiksverige 2013a). Die Exporteinnahmen sind um ein Prozent von 15 auf 16 Prozent gestiegen. Die gestiegenen Einnahmen aus Konzerten und der Markt für gestreamte Musik werden für diese positive Entwicklung verantwortlich gemacht (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 30). „Den svenska musikexporten blomstrar och Sverige exporterar mer musik än de övriga nordiska länderna“ (Musiksverige 2013c). Auch für das Jahr 2012 liegt eine Statistik von Musiksverige vor, welche zeigt, dass sich der schwedische Musikmarkt sowie der schwedische Musikmarkt weiterhin positiv entwickeln. Die gesamten Einnahmen – also die Einnahmen des einheimischen und des Exportmarktes – sind im Vergleich zu 2011 um 17 Prozent auf 7,4 Milliarden SEK gestiegen. Die Exporteinkünfte stiegen auf 1,2 Milliarden SEK und machen somit 16 Prozent des Umsatzes des gesamten Mu-

---

<sup>237</sup> „Upphovsrätten ger kompositörer och textförfattare, artister och musiker, musikbolag och musikförlag möjlighet att få ut sin musik på marknaden och få betalt för den“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 18).

sikmarktes aus (vgl. Musiksverige 2014, S. 8). Die Einnahmen aus Konzerten machen mit 53 Prozent den größten Teil der Einnahmen aus und liegen 2012 bei 3,9 Milliarden SEK (vgl. Musiksverige 2014, S. 10). „Den mest anmärkningsvärda ökningen när det gäller musikbranschens intäkter 2012 skedde på konsertområdet och det sätter ljus på Sveriges duktiga artister och musiker som i kunniga och drivna konsertarrangörers och bokares regi lockar publik till konsertlokaler, arenor och festivaler“ (Musiksverige 2014, S. 12). Die Einnahmen aus Urheberrechten machen 26 Prozent der Einnahmen aus und stiegen auf 1,9 Milliarden SEK, die Einnahmen aus eingespielter Musik stiegen ebenfalls auf rund 1,6 Milliarden SEK und machen nun 21 Prozent des Gesamtumsatzes aus (vgl. Musiksverige 2014, S. 10).

Auch wenn es als sehr positiv zu bewerten ist, dass eine neue Messmethode entwickelt wurde, muss auch hier kritisch angemerkt werden, dass anscheinend alle Musikgenres in die Statistiken eingerechnet werden und nicht deutlich wird, wie viel die einzelnen Genres zum Musikexporterfolg beitragen. Hier zeigt sich also abermals die Wichtigkeit des dritten Kapitels der vorliegenden Dissertation, da hier die Musikexporterfolge der einzelnen Genres dargestellt wurden. Aber auch anhand der Statistiken, obwohl viele unbrauchbar sind, wird deutlich, dass Schweden per Einwohner betrachtet recht hohe Einnahmen durch den Musikexport hat. Eine exakte Angabe der Musikexporthöhe im Vergleich zu anderen Ländern ist zurzeit nicht möglich, jedoch kann durch die Bemühungen von Musiksverige darauf gehofft werden, dass in absehbarer Zeit ein Vergleich der Musikexporte einzelner Länder möglich sein wird.

#### **4.1.2 Die Vielfalt des schwedischen Musikexportes und sein Stellenwert in Schweden**

Im dritten Kapitel kann man sehr deutlich erkennen, dass schwedische Musiker große Erfolge im Ausland feierten und feiern, besonders seit den 90er Jahren. Heutzutage gibt es viel mehr erfolgreiche Musiker als zu ABBA's Zeiten. Aber nicht nur die schwedischen Musiker zählen zum Musikexport. Besonders erfolgreich sind auch schwedische Produzenten und Songwriter, also diejenigen, die eher im Hintergrund tätig sind. Welthits wie *Baby One More Time*<sup>238</sup>, gesungen von der US-amerikanischen Popsängerin Britney Spears, die mit die-

---

<sup>238</sup> Dieser Hit wurde von Max Martin geschrieben (vgl. Olson 2013a).

sem Song ihren Durchbruch hatte und Platz 1 der US-amerikanischen Charts erreichte, *Come On Over Baby* von der ebenfalls US-amerikanischen Popsängerin Christina Aguilera oder alle weltweit erfolgreichen Hits der US-amerikanischen Boyband Backstreet Boys stammen von schwedischen Songwritern (vgl. Gradvall 2004b, S. 8; Svenska Institutet 2008, S. 4). Die schwedische Musikindustrie ist heutzutage im Ausland fast bekannter durch ihre Produzenten und Songwriter als durch ihre Sänger und Sängerinnen (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001). Auch die schwedischen Produzenten arbeiten, genau wie viele Musiker, mit englisch klingenden Pseudonymen, wie z. B. Max Martin<sup>239</sup> und das Produzentenduo Bloodshy & Avant<sup>240</sup>, das den internationalen Hit *AM To PM* von Christina Milian geschrieben und produziert hat (vgl. Gradvall 2004b, S. 9 und 16). Bloodshy & Avant gehören zur schwedischen Musikproduktionsfirma Murlyn Music, zu der viele international erfolgreiche Songwriter und Produzenten gehören, die internationale Hits wie *Play*, gesungen von der US-amerikanischen Sängerin Jennifer Lopez, produzieren und schreiben. Produzenten und Songwriter wie Anders Bagge oder Arnthor Birgisson gehören zu Murlyn Music. Das schwedische Produzententeam Seventy-Eight, bestehend aus Svante Halldin und Jakob Hazell, ist aktuell sehr erfolgreich. Der von ihnen produzierte Song *The Lucky Ones* der Sängerin Kerli erreichte im Februar 2013 Platz 1 der Billboard Dance Charts in den USA (vgl. Olson 2013b). Der bekannteste schwedische Produzent war sicherlich Dag Volla a. k. a. Denniz Pop. Nachdem er zunächst mit anderen Stockholmer DJs SweMix, eine Herstellungsfirma, gegründet hatte und dort Songs anderer Musiker remixte, gründeten sie 1989 SweMix Records, um ihre eigene Musik zu machen. Hier war Denniz Pop zusammen mit Tom Talomaa der wichtigste Mann und sie brachten zwei große europäische Hits, zwei Songs von Dr. Alban, heraus. Talomaa und Pop gründeten dann das Studio Cheiron, in dem bis zu seiner Schließung im Jahr 2000 mehr Hits als in jedem anderen Studio auf der Welt herausgegeben wurden. Durch dieses Studio wurde das Boyband-Phänomen beeinflusst (vgl. Gradvall 2004b, S. 9). Ein weiterer erfolgreicher Produzent, Max Martin, war anfangs Sänger einer Heavy Metal Band und wurde dann von Denniz Pop engagiert, damit sie zusammen Songs schreiben (vgl. Gradvall 2004b, S. 10). Pop führte Martin in die Musikproduktion ein und nach

---

<sup>239</sup> Bürgerlicher Name: Martin Sandberg (vgl. Gradvall 2004b, S. 10).

<sup>240</sup> Bürgerliche Namen: Christian Karlsson und Pontus Winnberg (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 4).

drei Jahren gelang Martin zusammen mit Pop der Durchbruch mit dem Red-nexsong *Wish You Were Here*. Max Martin<sup>241</sup> wurde drei Jahre hintereinander (1999-2001) zum *Awarded Songwriter of The Year* in den USA gewählt. Er war der erste Nicht-Amerikaner, der diesen Preis erhielt (vgl. Gradvall 2004b, S. 10). Im dritten Jahr teilte er sich den Preis mit dem Schweden Andreas Carlsson, der als Co-Autor mit Martin<sup>242</sup> an verschiedenen Welthits mitschrieb (vgl. Gradvall 2004b, S. 11). „Max Martin is today seen as not only Sweden’s most successful writer of pop songs to date – greater than Per Gessle of Roxette; perhaps even greater than ABBA’s Björn and Benny – but also as one of the all-time, international greats“ (Gradvall 2004b, S. 10). Er hat mittlerweile 16 Nr. 1-Hits in den amerikanischen Billboardcharts gehabt, u. a. schrieb er Songs für Katy Perry, Taylor Swift und Pink (vgl. Olson 2013a). Es gibt noch viele weitere erfolgreiche schwedische Songwriter, die bei Cheiron arbeiteten und die alle internationale Hits geschrieben haben und nun Multimillionäre sind: Jörgen Elofsson, Per Magnusson, Rami Yakoub, Kristian Lundin, Alexander Kronlund, David Kreuger und Jake (vgl. Gradvall 2004b, S. 11). Den schwedischen Exportpreis für das Jahr 1999 bekamen die Produzenten und Songwriter von Cheiron Production für den Einsatz für den schwedischen Musikexport (vgl. Utrikesdepartementet 2010b). Das Studio Cheiron wurde plötzlich im Oktober 2000 geschlossen, weil die Auftraggeber der Meinung waren, dass der Cheiron-Sound zu erfolgreich geworden war und so oft kopiert wurde, dass er einfach langweilig wurde. Die Songwriter gingen nun ihren eigenen Weg. Aber auch abseits von den zu Cheiron gehörenden Songwritern gibt es ein Dutzend weiterer erfolgreicher schwedischer Songwriter, die zum internationalen A-Team gezählt werden können, z. B. Paul Rein und Johan Åberg, die mit Jessica Simpson, Victoria Beckham, Cher und Christina Aguilera zusammengearbeitet haben. Dies sind nur zwei Beispiele von vielen (vgl. Gradvall 2004b, S. 11). Auch die Statistiken für das Jahr 2012 von Musiksverige bestätigen, dass es sehr viele erfolgreiche Songwriter Produzenten gibt. „Enligt uppgifter från Stim är det fler kompositörer än tidigare som står bakom den mest kommersiellt framgångsrika musiken i utlandet“ (Musiksverige 2014, S. 14).

---

<sup>241</sup> Bemerkenswert ist, dass er bis 2004 nur zwei Interviews gab, eins für das *Time magazin* und eins für die BBC, die eine Dokumentation über die populärsten Songwriter drehte (vgl. Gradvall 2004b, S. 10).

<sup>242</sup> Max Martin half z. B. Bon Jovi ihren Comebacksong *It’s My Life* zu schreiben (vgl. Gradvall 2004b, S. 29).

Schweden ist außerdem für die Aufnahmestudios bekannt. In den Stockholmer Polar-Studios spielten die deutsche Hardrockgruppe Rammstein und die englische Rockband Led Zeppelin ihre CDs ein. Dort machte sogar schon ABBA ihre Aufnahmen (vgl. Bomsdorf 2004b). Ebenso kommen berühmte Rockvideoregisseure aus Schweden: Jonas Åkerlund und Johan Renck. Sie haben Videos für weltweit erfolgreiche Stars wie Metallica, Madonna, Kylie Minogue, U2 und viele weitere Künstler gedreht (vgl. Gradvall 2004a, S. 2). Åkerlund ist international bekannt für sein individuelles Videodesign, ein gutes Beispiel ist das von ihm gedrehte Video zum Song *Ray Of Light* (1998) von Madonna, das mehrfach preisgekrönt wurde (vgl. Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 52). Er drehte auch das Video zu Rammsteins Song *Pussy*, welches in einer Hardcore-Porno-Ästhetik gedreht wurde, so dass das Video in der Öffentlichkeit nicht gezeigt werden durfte, aber millionenfach heruntergeladen wurde (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2010, S. 170). Aus Schweden kommt auch das Team, das das Klingeltonphänomen Crazy Frog erfunden hat (Olson 2005). Es gelang, vier schwedische Bands in dem Konsolenspiel *Guitar Hero II* unterzubringen, das auf der ganzen Welt vertrieben wird (vgl. MDR Sputnik 2008a). Diese Beispiele von erfolgreichen schwedischen Produzenten, Videoregisseure, Songschreiber, Aufnahme- und Musikproduktionsstudios und die große Anzahl von Bands und Musikern, die auf dem schwedischen sowie internationalen Markt Erfolg haben, zeigt die Vielfalt des schwedischen Musikexportes. Die Schweden sind in vielen Bereichen, die zum Musikexport zählen, erfolgreich. „The latest report from Swedish Royalties organisation STIM showed that Swedish music is more popular outside the borders than ever before. For the first time British TV and radio had to pay more royalties to Sweden, than Sweden did to Britain“ (Export Music Sweden 2002). Der Bericht aus dem Jahre 2002 zeigt, dass sich die Arbeit der schwedischen Musiker, Produzenten, Regisseure, Songschreibern usw. bezahlt gemacht hat. Auch über zehn Jahre später hält der Erfolg schwedischer Musiker weiterhin an, was schon in Kapitel 3.1 gezeigt wurde.

Der schwedische Musikexport ist nicht nur erfolgreich, sondern es weisen auch viele verschiedene Faktoren darauf hin, dass der Musikexport für Schweden eine wichtige Rolle spielt. So zeigt z. B. der Exportpreis, der 1997 zum ersten Mal verliehen wurde, dass der Musikexport sehr bedeutend für Schweden ist (vgl. Bomsdorf 2004a). Auch die Gründung eines Musikexportbüros, auf das in Kapitel 4.1.3.3.1 eingegangen wird, zeigt, dass der weltweite Erfolg schwedi-



scher Musik für Schweden wichtig ist. Der schwedische Musikexport ist nicht nur aus ökonomischen, sondern auch aus kulturellen Gründen bedeutend für Schweden (vgl. van der Weyden 2007). Welche große Rolle der Musikexport in Schweden spielt, erkennt man auch daran, dass Seminare zu dem Thema abgehalten werden, auf denen die aktuelle Situation des schwedischen Musikexportes und Möglichkeiten, wie man diesen erhöhen kann, diskutiert werden. Im Juli 2012 fand in Almedalen ein Seminar dazu statt, wie sich die Politiker einsetzen können, um den schwedischen Musikexport zu erhöhen. Aus diesem Grund nahmen viele Politiker an dem Panel teil und es bestand Einigkeit darüber, dass eine starke schwedische Musikexportorganisation gebraucht wird und eine Koordination zwischen den Agenturen und der Politik wichtig ist. Herausgestellt wurde auf dem Seminar, dass der schwedische Musikexport erfolgreich ist, aber eine fokussiertere Arbeitsweise notwendig ist, um den Musikexport bis 2015 zu verdoppeln, was sich die Regierung als Ziel gesetzt hat. Ein erster Schritt war, die Arbeit des schwedischen Musikexportbüros ExMS zu verändern. Dieses hat nun ein modernes Büro und die Mitarbeiter kümmern sich um die Bereiche Ausbildung, Information und Promotion (vgl. Musiksvetige 2012a). Der Musikexport ist in Schweden ein vielbeachtetes Thema. In zahlreichen Zeitungsartikeln oder Studien befasst man sich mit der Größe des Musikexportes. Besonders die Politik hat ein Augenmerk auf den Musikexport geworfen und will diesen verdoppeln. Insgesamt gesehen spielt der Musikexport in Schweden eine bedeutende Rolle.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der schwedische Musikexport heutzutage in vielen Bereichen sehr erfolgreich ist, dies lässt sich an den zahlreichen genannten Beispielen erkennen. Der Erfolg hält seit vielen Jahren an und lässt sich auch ohne Statistiken von ExMS beobachten. Wenn man die Bereiche, die Forss zum Musikexport zählt – das *skapande*, *säljande*, *producerande* und *stödjande ledet* – betrachtet, fällt auf, dass Schweden in allen vier Bereichen Erfolge vorweisen kann. Aber warum ist der schwedische Musikexport so erfolgreich? Auf diese Frage soll im Folgenden eingegangen werden.

### **4.1.3 Gründe für den Erfolg**

Warum hat sich Schweden im Gegensatz zu vielen anderen Ländern auf dem internationalen Musikmarkt etabliert? Viele Forscher haben sich mit der Frage befasst, warum schwedische Musik bzw. der schwedische Musikexport so er-



folgreich ist. U. a. hat man sich auf dem Symposium *Från Jenny Lind till Car-digans* in Stockholm (vgl. Sandgren 2000) und auf dem Eurosonic-Festival in den Niederlanden mit der Frage beschäftigt. Aber auf die Frage nach dem Erfolg hatten selbst die auf dem Eurosonic-Festival anwesenden Experten von Musikzeitschriften, Schallplattenfirmen und Radiosendern keine eindeutige Antwort (vgl. MDR Sputnik 2008a). Die Gründe der weltweit sehr hohen Verkaufszahlen schwedischer Populärmusik beschäftigen auch deshalb so viele Autoren, weil Schweden bezüglich der Sprache sowie der Größe des Heimatmarktes und Talentpools nicht mit den USA zu vergleichen ist und der Erfolg deshalb andere Gründe haben muss (vgl. Gmelin 2005, S. 308). Im Folgenden werden die verschiedenen Gründe dargestellt, die sowohl wirtschaftliche als auch musikalische, historische, kulturelle und soziologische Bereiche umfassen.

#### **4.1.3.1 Musikausbildung**

Verschiedenste Forscher nennen die gute und breit gefächerte Musikausbildung in Schweden als einen der Gründe, warum der schwedische Musikexport so stark gewachsen und erfolgreich ist (vgl. Andersson 2001, S. 386; Bollert 2010, Forss 1999, S. 19; Gmelin 2005, S. 309; Jonsson/Åstrard 1994, S. 134; Lil-liestam 1998, S. 137; Sandgren 2000; Werner 2001, S. 50). Die meisten Forscher, die sich mit der Frage nach dem Erfolg des schwedischen Musikexportes befasst haben, sind sich hier einig, dass die Musikausbildung eine Rolle für den Musikexporterfolg spielt. Nicht nur heutzutage bietet Schweden eine gute Musikausbildung, wie im Folgenden genauer beleuchtet wird, sondern schon nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges hatten die Schweden aufgrund ihres finanziellen Wohlstandes in Bezug auf Musik und die Musikausbildung eine verglichen mit anderen Ländern gute Ausgangssituation. Bereits in den 50er Jahren wurden kommunale Musik- und Kunstschulen eingerichtet, die kostenlosen Unterricht anboten und „[...] so in der Bevölkerung eine Affinität für Design und Sound [...]“ (Die Presse 2010) schufen. Wie schon in Kap. 3.1.2 deutlich geworden ist, bildeten sich in den 60er Jahren viele, vor allem aus Jugendlichen bestehende Bands. Es gab tausende Jugendliche, die mit dem Musizieren begannen und diese waren in der Lage, sich Musikausrüstungen zu leisten und hatten die Möglichkeit, in Jugendzentren vor Publikum zu spielen und dort auch zu üben. Es zeigte sich also schon in den 60er Jahren ein bemerkenswertes

musikalisches Engagement der Jugendlichen und eine gute Basis für eine aner kennenswerte Musikausbildung, da alle Schulkinder an kostenlosem Musikun terricht in den kommunalen Musikschulen teilnehmen und kostenlos Instru mente ausleihen konnten, falls sie diese nicht selbst kauften (vgl. Larsen 2000, S. 2). Es stellt sich die Frage, was aus den Jugendlichen wurde, die in den 60er Jahren musizierten und eine gute schulische Musikausbildung genossen. Viele der musizierenden Jugendlichen der 60er Jahre hörten irgendwann auf, Musik zu machen. Die Jugendlichen, die auch im Erwachsenenalter weiter Musik machten, gingen ganz unterschiedliche Wege. Teilweise machten sie Dans bandmusik, klassische Musik, Jazz, Popmusik oder Musik eines anderen Gen res. Welche Auswirkungen hatten die guten Probe- und Ausbildungsbedingun gen auf den Musikexporterfolg? Der Amateurpop der 60er Jahre beeinflusste die Musik der späteren Jahrzehnte und die schwedische Musik der 80er Jahre baute z. B. auf diesem Amateurpop auf (vgl. Rasmusson 1988, S. 146). „På spelmannsstämmor, i körer, i vaktparaden, i symfoniorkestrar, överallt i Sveri ge idag finns musiker som en gång började med Beatles“ (Rasmusson 1988, S. 146). Die schulische Musikausbildung und die allgemein günstigen Bedingun gen der Nachkriegszeit wirkten sich auf die Musik der späteren Jahrzehnte aus und das Musikleben Schwedens hat sich „[...] während der Nachkriegszeit zu einem sehr professionellen Apparat entwickelt“ (Andersson 2001, S. 380). So mit kann hier von positiven Bedingungen für den schwedischen Musikexport gesprochen werden.

Es wird nun auf die besondere Bedeutung der kommunalen Musik- und Kultur schulen und der schulischen Musikausbildung auf den Musikexporterfolg Schwedens eingegangen. Wie in den meisten europäischen Ländern ist das Fach Musik vom ersten bis zum letzten Schuljahr in Schweden Teil des Stun denplanes, genauso wie es an den Universitäten eine weiterführende Musikaus bildung gibt. An den allgemeinbildenden Schulen gibt es vom vierten bis zum neunten Schuljahr Musikklassen, die mindestens eine Musikstunde am Tag ha ben (vgl. Hebestreit 2013). Man findet in Schweden viele Musikgymnasien (vgl. Forss 1999, S. 129). Entscheidend sind die Zwischenstufen, die Schweden von anderen Ländern unterscheiden, die kommunalen Musikschulen (vgl. Gradvall 2004b, S. 37). Die kommunalen Musikschulen gibt es schon seit den 40er Jahren in Schweden, aber in den 60er Jahren kam es dann zu einem kräfti gen Zuwachs, so dass die kommunalen Musikschulen der Allgemeinheit be kannt wurden und zur Verfügung standen (vgl. Sveriges Musik- och Kultursko-

leråd). „Det allmänna målet med en kommunal musikskola var att ge möjlighet att utveckla ett instrument- eller sångkunnande hos alla ungdomar oberoende av ekonomisk, kulturell eller social bakgrund“ (Sveriges Musik- och Kulturskoleråd). Hier wird somit der in Schweden vorherrschende Volkbildungsgedanke deutlich. Jeder Jugendliche soll die Möglichkeit haben, ein Instrument zu erlernen oder seine Stimme ausbilden zu lassen, egal, welchen Bildungshintergrund er hat und wo er herkommt (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd). Alle sollen Zugang zum Bildungsgut Musik haben, es gilt das Prinzip *Musik für alle*. Dieses Prinzip gilt noch mehr als in Dänemark und Norwegen. Es gibt keine Wettbewerbe, keine Aufnahme- oder Abschlussprüfungen oder Meisterklassen für Talentierte (vgl. European Music School Union 2010, S. 81).

In die überall im schwedischen Schulsystem spürbare Orientierung an demokratischen und ganzheitlichen Vorstellungen, die geradezu anti-elitär wirken, passt auch die starke Zuwendung der Musik- zu Regelschulen, wie sie kaum in einem anderen Land derart forciert wird (European Music School Union 2010, S. 81).

Auch im schwedischen Schulsystem ist somit das Konzept *Musik für alle* spürbar und die kommunalen Musikschulen kooperieren mit den allgemeinbildenden Schulen. Die musikalische Bildung dient dazu, die Gesellschaft positiv zu beeinflussen und die Fähigkeiten der Menschen zu stärken. Die Jugendlichen sollen durch die kommunale Musikschule eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung bekommen (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd). Musik ist also Bestandteil der sozialen und pädagogischen Erziehung in Schweden (vgl. Andersson 2001, S. 386). In der aktuellsten Statistik von Sveriges Musik- och Kulturskoleråd (SMoK) fehlten 2012 nur sieben<sup>243</sup> schwedischen Gemeinden eine Kultur- oder Musikschule (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 1). 2011 fehlten noch elf schwedischen Gemeinden eine Kultur- oder Musikschule. Es gab 2011 insgesamt 121 Musikschulen und 158 Kulturschulen (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2012, S. 1). 2012 verringerte sich die Zahl der Musikschulen auf 119 und die Anzahl der Kulturschulen stieg auf 164 (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 1). Dabei fällt auf, dass die Anzahl der Kulturschulen in den letzten Jahren gestiegen und die Anzahl der Musikschulen gesunken ist (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2012, S. 1). Dies liegt daran, dass seit den 90er Jahren viele Musikschulen in Kulturschulen umbenannt wurden (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 35). Die Kulturschulen bieten neben

---

<sup>243</sup> Bei diesen Gemeinden handelt es sich um Arjeplog, Sorsele, Jokkmokk, Laxå, Torsås, Överkalix und Surahammar (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2).

der musikalischen Ausbildung von Kindern und Jugendlichen noch Ausbildungen in weiteren Bereichen: „Här kan du lära dig spela instrument, sjunga, dansa eller spela teater. Du kan också ägna dig åt bild och form, serieteckning och animerad film“ (Malmö stad 2012). Sie setzen also auf eine breitgefächere kulturelle Ausbildung. Jedes Kind und jeder Jugendliche hat die Möglichkeit, sich seinem Interessensgebiet entsprechend ausbilden zu lassen oder einfach verschiedene Sachen auszuprobieren. Kinder sollen grundlegende ästhetisch-künstlerische Erfahrungen sammeln können. Aufgrund der steigenden Anzahl von Kulturschulen werden an Universitäten verstärkt Lehrer in Theater, Dramaturgie und Tanz ausgebildet (vgl. European Music School Union 2010, S. 81). Fast alle Kinder und Jugendlichen in Schweden haben die Chance, ein Instrument zu lernen. Dies können sie ohne große Kosten machen, da die Musikschulen staatlich gefördert werden. Die kommunalen Musikschulen wurden und werden auch heute noch oft mit Steuergeldern finanziert (vgl. Bomsdorf 2004b).

Das Musikleben Schwedens lebt teilweise von Geldern aus dem privat finanzierten, kommerziellen Musikbereich und teilweise von öffentlichen Geldern der Kommunen und des Staates. Die Kommunen müssen ihren kulturpolitischen Auftrag umsetzen (vgl. Andersson 2001, S. 380). Deshalb stammt der Großteil des Budgets der Musik- und Kulturschulen von den Kommunen und diese sind somit für die Finanzierung zuständig. Insgesamt haben die Musik- und Kulturschulen 2012 ein Budget von 2.271 Millionen SEK zur Verfügung gehabt, 2011 hatten sie ein Budget von 2.212 Millionen SEK (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2). 385 Millionen SEK wurden 2012 durch andere Einkünfte, wie z. B. Gebühren, eingenommen (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2). 2010 und 2009 lag das Budget bei 2.002 Millionen SEK (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2012, S. 2). Der Zuschuss der Kommunen betrug 2012 1.886 Millionen SEK und 2011 1.832 Millionen SEK (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2). 2010 und 2009 betrug er 1.660 bzw. 1.663 Millionen SEK (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2012, S. 2). Damit hat sich der Zuschuss der Kommunen deutlich erhöht, denn 1997 haben die schwedischen Kommunen ca. 915 Millionen SEK an die Musik- und Kulturschulen gezahlt. Wobei hier auch auf die schlechte finanzielle Lage hingewiesen und herausgestellt wurde, dass die Musik- und Kulturschulen trotzdem überleben (vgl. <http://www.smok.se/sites/smok.se/files/pages/stat1997.pdf>). Der Zuschuss der Kommunen hat sich von 1997 bis heute kontinuierlich

erhöht.<sup>244</sup> Die Regierung legt somit großen Wert darauf, die Musik- und Kulturschulen durch finanzielle Unterstützung auf einem möglichst hohen Niveau zu halten und Kindern und Jugendlichen eine gute, kostengünstige Musikausbildung zu gewährleisten.

Der Staat hält sich als regulierendes Organ aus dem Musikunterricht heraus (vgl. European Music School Union 2010, S. 81). Die Lehrpläne und Programme der kommunalen Musikschulen funktionieren ohne nationale Regulierungen und Vorgaben, so dass sich das Angebot in den einzelnen Gemeinden unterscheiden kann (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 63). Kostenlos sind die kommunalen Musikschulen zwar mittlerweile fast überall nicht mehr, aber der Unterricht ist immer noch sehr günstig im Vergleich zu den deutschen Musikschulen (vgl. Werner 2001, S. 50). Es gibt immer noch sechs Gemeinden, in denen der Musikschulunterricht kostenlos ist. Die Preise pro Halbjahr variieren von 0 bis 1700 SEK<sup>245</sup>, im Durchschnitt lagen die Preise für den Musikschulunterricht bei 666 SEK (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2). Es zeigt sich verglichen mit früheren Jahrzehnten eine Verschlechterung. Infolge der ökonomischen Krise kam es zu Kürzungen im Bereich der kommunalen Musikschulen und der Gratisunterricht ließ sich nicht mehr vollständig finanzieren, so dass nun meist geringe Gebühren erhoben werden. Dies sieht die schwedische Botschafterin Ruth Jacoby natürlich als ein Problem an, aber trotzdem ist der Musikunterricht in den kommunalen Musikschulen noch sehr verbreitet und beliebt (vgl. Bollert 2010). Im Vergleich zu anderen Ländern ist der Unterricht immer noch sehr günstig. Außerdem können schwedische Musikschüler bei sozialer Benachteiligung mit ermäßigten Kosten rechnen, für besonderes Talent gibt es allerdings keine Ermäßigung (vgl. European Music School Union 2010, S. 81). Zudem können sehr günstig Instrumente ausgeliehen werden. An der Kulturschule in Ystad kann z. B. für 300 SEK pro Halbjahr ein Instrument ausgeliehen werden (vgl. Sjunnesson). Somit wird Kindern und Jugendlichen ein einfacher Einstieg in die Musik ermöglicht. Die Musikschulen haben eine große Schülerzahl: 1997 waren es 340.000, das sind ein Drittel aller Kinder und Jugendlichen in Schweden, die am Unterricht in einer Musikschule teilnahmen (vgl. Werner 2001, S. 50), während 2011 353.000, 2010 348.000 und 2009 344.000 Schüler und Schülerinnen das Angebot der Musik- und Kulturschulen

---

<sup>244</sup> Die Statistiken sind auf der Homepage von Sveriges Musik- och Kulturskoleråd einsehbar: <http://www.smok.se/om-smok/statistik>.

<sup>245</sup> Am höchsten sind die Gebühren in Täby (1.700 SEK), Danderyd (1.660 SEK) und Vaxholm (1.650 SEK) (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 2).



wahrnahmen (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2012, S. 1). Im Jahr 2012 sank die Zahl der Schüler- und Schülerinnen auf 334.000 (vgl. Sveriges Musik- och Kulturskoleråd 2013, S. 1). „Der Musikerziehung in Schweden muss in mancher Hinsicht eine Ausnahmestellung innerhalb Europas und der EMU zuerkannt werden. Vor allem fällt auf: 14 Prozent der Bevölkerung unter 25 nehmen Musikschulunterricht – das ist Rekord [...]“ (European Music School Union 2010, S. 81). Die musikalische Ausbildung ist sehr jugendorientiert und ist zwar nicht notwendigerweise auf Rock- und Popmusik ausgelegt, aber die Jugendlichen eignen sich durch die musikalische Ausbildung Kenntnisse in der Harmonie- und Notenlehre an (vgl. Werner 2001, S. 52). „Läskungheten vad gäller noter hör till de högsta i världen“ (Forss 1999, S. 20). Allerdings stellt sich hier die Frage, wie wichtig das Beherrschen des Notenlesens für den Musikexporterfolg ist. Sogar die Mitglieder der Band ABBA – Benny Andersson und Björn Ulvaeus – können keine Noten lesen (vgl. N’Goma 2012). Das Lesen von Noten hat keinen großen Einfluss auf den Musikexporterfolg.

Welche Vorteile hat die Musikausbildung durch die kommunalen Musikschulen? Viele der berühmten schwedischen Musiker sind mit der traditionellen schwedischen Musik vertraut, da sie in den kommunalen Musikschulen ihre ersten Gesangs- oder Klavierstunden erhielten (vgl. Bomsdorf 2004b). Jeder könne in der Schule ein Instrument lernen, somit investiere der Staat in die Entwicklung der Musikszene, sagt die Sängerin Jenny Berggren, die bis 2009 Mitglied bei Ace of Base war (vgl. Behrens 1994, S. 19). Dass kostenloser Zugang zu Proberäumen gewährt wird, ist natürlich vor allem für junge Bands und Musiker entscheidend. „In pop, with all its myriad sub-genres, it is seldom the technically most adept musicians who enjoy greatest success: the importance of music education for making it in pop is thus moot“ (Gradvall 2004b, S. 39). Natürlich impliziert viel Üben nicht gleichzeitig musikalischen Erfolg, da das Starsein nicht geübt werden kann, aber die jungen Schweden können durch das günstige Ausleihen von Instrumenten und den kostenlosen Zugang zu Proberäumen in ihren Starträumen unterstützt werden. Viele schwedische Bands, z. B. The Hives oder The Cardigans, kommen aus kleinen Städten, die diese Vorteile bieten. Die kommunalen Musikschulen wecken Interesse an Musik und sorgen für eine frühe Wissensbasis (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 5). Die Kreativität der Kinder und Jugendlichen sowie ihre individuellen Talente werden gefördert (vgl. Hebestreit 2013). Es ist natürlich schwierig, die Bedeutung



der kommunalen Musikschulen und des kostenlosen bzw. kostengünstigen Zugangs zu Proberäumen für die Entwicklung der Rock- und Popmusikszene und den Musikexporterfolg zu beurteilen, aber es gibt eine Reihe von erfolgreichen Musikern, die eine kommunale Musikschule besucht haben, z. B. die Mitglieder von The Cardigans oder Ace of Base oder Marie Fredriksson (vgl. Liljestam 1998, S. 137). Die kommunalen Musik- und Kulturschulen werben sogar auf ihren Homepages damit, dass sie oftmals für den Erfolg schwedischer Musiker im Ausland verantwortlich gemacht werden: „De kommunala musikskolorna sägs ofta vara upphovet till ‘det svenska musikundret‘ och våra svenska artisters internationella framgångar“ (Stockholms stad 2013). Schon 1988 stellt sich Rasmusson die Frage, worin sich die hohe Anzahl der schwedischen Bands der 70er und 60er begründet. Seine Antwort lautet:

En förklaring är säkert den kommunala svenska musikundervisningen. Den är något unikt i världen. Där har mängder av musiker lärt sig grunderna, både inom rock, klassisk musik och jazz. Samtidigt med den nya generationen rockmusiker i Sverige har det också kommit fram en mängd fina jazzmusiker och klassiska unga instrumentalister (Rasmusson 1988, S. 154).

Aber nur, weil international erfolgreiche schwedische Stars in einigen Fällen eine kommunale Musikschule besucht haben und dort Musikunterricht bekommen haben, kann man noch keine Schlüsse darüber ziehen, wie wichtig die kommunalen Musikschulen für den Erfolg des schwedischen Musikexportes sind. Die Auswirkungen, die die kommunalen Musikschulen auf den Erfolg des Musikexportes haben, sind nur schwer zu evaluieren. Die Musiker müssten danach befragt werden, was sie in der kommunalen Musikschule gelernt haben und ob und inwieweit ihnen der Besuch einer Musikschule für ihre Musikkarriere geholfen hat. Fest steht, dass das musikalische Niveau durch die kommunalen Musikschulen erhöht wird und den Jugendlichen ein einfacher Einstieg in die Musikwelt geboten wird, da ihnen eine gute und kostengünstige Musikerziehung gewährt wird, egal wo sie wohnen und welchen sozialen Hintergrund sie haben. Das Angebot der kommunalen Musikschulen ist sehr breit und die Preise sind moderat. In Schweden ist das musikpädagogische Engagement somit sehr groß und durch die umfassende und breite musikalische Ausbildung wird die Qualität der Musik gesteigert. Schweden investiert in den musikalischen Nachwuchs.

Bisher war in diesem Kapitel ausschließlich von der schulischen Musikausbildung und den kommunalen Musik- und Kulturschulen die Rede, die hauptsäch-

lich von Kindern und Jugendlichen besucht werden. Man sollte aber die schulische von der beruflichen Musikausbildung unterscheiden. Denn auch im Erwachsenenalter gibt es viele Möglichkeiten, wie man sich musikalisch weiter ausbilden lassen kann. In Schweden gibt es z. B. Studieförbundet Vuxenskolan, an der man lernen kann, ein Instrument zu spielen (vgl. Studieförbundet Vuxenskolan). Auch die Folkuniversitet bietet verschiedenste Musikkurse an, z. B. auch im Bereich Musikproduktion und Musikgeschichte. Dort besteht außerdem die Möglichkeit, verschiedene Instrumente zu lernen (vgl. Folkuniversitet). Werner vermutet, dass ca. 6.000 Musikschüler an einer Musik- oder Kulturhochschule ihre Ausbildung fortsetzen. Von 50 Prozent dieser Studierenden werden die Berufe Berufsmusiker, Produzent oder Musiklehrer ergriffen (vgl. Werner 2001, S. 51). Welche Bedeutung hat die berufliche Musikausbildung für den Musikexporterfolg? Schwedische Songs besitzen meist eine außergewöhnliche Qualität, dies setzt eine fundierte Ausbildung der Komponisten voraus. Nicht zuletzt werden immer wieder schwedische Komponisten für musikalische Großereignisse in Europa herangezogen, wie z. B. für den Eurovision Song Contest. 2012 wurden z. B. 16 der 42 Songs von Schweden komponiert oder getextet, so beispielsweise die Songs aus Aserbaidschan (Platz 4), Italien (Platz 9) oder Spanien (Platz 10) (vgl. RP Online 2012). Allein der schwedische Produzent Thomas G:son komponierte 37 Songs für das Melodifestivalen – den schwedischen Vorentscheid zum Eurovision Song Contest – und 27 Songs für andere Länder wie Polen, Rumänien oder Finnland (vgl. Kraushaar 2013).

#### **4.1.3.2 Englischkenntnisse**

Das Englische ist die lingua franca der Popmusik (vgl. Petras 2011, S. 257). Deswegen ist es leicht nachzuvollziehen, dass sich Forscher mit der Bedeutung der englischen Sprache für den Musikexport Schwedens befasst haben. Einige Forscher machen für den außergewöhnlich großen Erfolg des schwedischen Musikexportes das tadellose Englisch der Schweden verantwortlich (vgl. Bollert 2010, Forss 1999, S. 20; Gradvall 2004a, S. 3; Gradvall 2004b, S. 37; Liljestam 1998, S. 138; MDR Sputnik 2008c, 1min05-1min16; Sandgren 2000). Die Sekundärquellen sind sich darüber einig, dass die guten Englischkenntnisse der Schweden zum Erfolg des schwedischen Musikexportes beigetragen haben. Die meisten Musiker, die im Ausland Erfolg haben, singen schließlich auf Eng-

lich, wie im Kapitel 3.1 eindeutig herausgestellt werden konnte. Es wird im Folgenden untersucht, ob die Schweden wirklich so gut Englisch sprechen, wie sich die Englischkenntnisse der Schweden nach dem Zweiten Weltkrieg bis heute entwickelt haben und welchen Einfluss die Englischkenntnisse auf den Musikexporterfolg haben. Zuerst wird ein historischer Überblick gegeben.

Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es in Schweden eine starke Beeinflussung durch die USA und Großbritannien, weil die Musiker dieser Länder durch Schweden tourten und die musizierende Jugend beeinflussten und inspirierten. Schon damals konnten die Schweden sehr gut Englisch sprechen. Sie konnten die Songtexte der Musiker aus den USA und Großbritannien, die durch ihr Land tourten, verstehen und konnten auch selbst auf Englisch singen (vgl. Bomsdorf 2004b). Allerdings gehen die Meinungen bezüglich des Verstehens der englischen Sprache auseinander, da in Kapitel 3.1.1 dargelegt wurde, dass die englischen Texte von den schwedischen Sängern nicht immer verstanden wurden. Auch Sven-Göran Jonsson, ein schwedischer Rocksänger der 50er Jahre, fügt an, dass er in der Schule keinen Englischunterricht gehabt habe (vgl. Lundberg 2007, S. 146). Wallis und Malm betonen, dass einige der Rock'n'Roll-Musiker mit dem größten Repertoire an englischsprachigen Songs kein Wort Englisch sprechen konnten (vgl. Wallis/Malm 184, S. 65). Ob die Englischkenntnisse wirklich so gut waren, wie Bomsdorf betont, lässt sich nun nicht mehr nachprüfen. Vermutlich führte aber die englischsprachige Musik, die in den 50er und 60er Jahren aus den USA und Großbritannien nach Schweden kam, dazu, dass viele Schweden die englische Sprache lernten und ihre Sprachkenntnisse verbessern wollten, um die Songtexte verstehen zu können und um selbst englischsprachige Songs singen zu können.

Heutzutage lernen 99,9 Prozent (Stand: 2007/08) der Schüler der Sekundarstufe II in Schweden Englisch als erste Fremdsprache (vgl. Eurostat 2011, S. 50). Gradvall führt an, dass junge Schweden heutzutage als zweisprachig gelten können, weil sie „[...] mit Internet, Computern, Videospiele und Musik aufgewachsen sind, wo nur Englisch verwendet wird“ (Gradvall 2004a, S. 3). Hier stellt sich die Frage, wie Gradvall Zweisprachigkeit definiert, denn es gibt die unterschiedlichsten Definitionen.<sup>246</sup> Wenn er mit Zweisprachigkeit meint, dass die Jugendlichen eine andere Sprache – hier also das Englische – verstehen, sprechen, lesen und schreiben können, so kann Gradvall zugestimmt werden.

---

<sup>246</sup> Vgl. z. B. Bloomfield 1933 oder Macnamara 1969.

Wenn er allerdings mit Zweisprachigkeit ausdrücken will, dass das Englische auf Muttersprachenniveau gesprochen wird, muss Gradvall widersprochen werden. Die schwedische Botschafterin Ruth Jacoby betont ebenfalls, dass die schwedischen Jugendlichen sehr gute Englischkenntnisse besitzen und ihnen somit das Songwriting leicht fällt (vgl. Bollert 2010). „Svenska elever mellan 15-16 år har tillsammans med de norska de bästa engelskkunskaperna av åtta EU-länder enligt European Network of Policy Makers (mars)“ (Lundberg 2005, S. 113). Diese Zahlen sind aus dem Jahr 2004. Außerdem reisen die Schweden gerne, England zählt hier zu den beliebtesten Reisezielen. Erstaunlich viele schwedische Schüler haben Sprachkurse in England gemacht und dort für einige Wochen bei britischen Familien gelebt, um ihr Englisch zu verbessern. Ca. 30.000 Schweden leben in London (vgl. Gradvall 2004b, S. 37). In Bezug auf das Englische gibt es in Schweden die Besonderheit, dass englischsprachige Kinofilme und Fernsehsendungen im Gegensatz zu Deutschland, Spanien und Italien nicht synchronisiert, sondern Untertitelt werden. Aus diesem Grund können die Schweden jeden Tag die englische Sprache hören (vgl. Gradvall 2004a, S. 3; Gradvall 2004b, S. 37; Lilliestam 1998, S. 138). Somit lernen schon die Kinder beim Fernsehen Englisch und Englisch wird wie selbstverständlich gesprochen und verstanden (vgl. Jahnke 2010, S. 52). Auch Literatur, vor allem Fachbücher, werden nicht immer übersetzt (vgl. Deibel). Insgesamt gesehen spielt das Englische in Schweden eine große Rolle und zahlreiche Statistiken belegen, dass die Englischkenntnisse der Schweden sehr gut sind.

In Bezug auf die Bedeutung der englischen Sprache und ihre Verwendung in den europäischen Ländern gibt es eine interessante Meinungsumfrage. Vom 30. November bis zum 24. Dezember 2000 wurde im Auftrag der Generaldirektion Bildung und Kultur der Europäischen Kommission eine repräsentative Meinungsumfrage in den 15 Mitgliedstaaten durchgeführt. Es wurde die Sprachkenntnis in den verschiedenen Ländern der Europäischen Union untersucht und insgesamt wurden 16.078 Personen befragt, also durchschnittlich etwa 1.000 Personen pro Mitgliedstaat (vgl. INRA 2001, S. i). Die von Europäern am häufigsten gesprochene Sprache, zusätzlich zu ihrer Muttersprache, ist Englisch (41 %), dahinter folgen Französisch (19 %), Deutsch (10 %), Spanisch (7 %) und Italienisch (3 %). Keine andere Sprache als ihre Muttersprache sprechen 47 Prozent der Europäer. 81 Prozent der Schweden geben an, Englisch zu sprechen. Bei den Dänen ist der Anteil mit 78 Prozent ähnlich groß. Im Vergleich dazu geben nur 39 Prozent der Italiener und 36 Prozent der Spanier und Portu-

giesen an, Englisch sprechen zu können (vgl. INRA 2001, S. 2). In Schweden ist Englisch die am häufigsten verwendete erste Fremdsprache mit 70 Prozent, in Dänemark mit 66 Prozent. Deutsch wird z. B. von 28 Prozent der Niederländer und von 18 Prozent der Dänen als erste Fremdsprache gelernt (vgl. INRA 2001, S. 3). Englisch wird in jedem europäischen Land als die nützlichste Sprache bezeichnet (75 %), dahinter folgen Französisch (40 %) und Deutsch (23 %) (vgl. INRA 2001, S. 5). Proportional am häufigsten antworteten die Schweden (89 %) und auch die Dänen (97 %) und Griechen (91 %), dass die Kenntnis einer Fremdsprache für sie sehr oder ziemlich nützlich wäre oder sei. Demgegenüber stehen z. B. nur 51 Prozent der Bürger der neuen deutschen Bundesländer (vgl. INRA 2001, S. 6). Proportional am häufigsten schätzten die Dänen ihre Englischkenntnisse als sehr gut<sup>247</sup> ein (37 %), die Schweden jedoch gaben dies am seltensten an (0 %) (vgl. INRA 2001, S. 8). Jedoch gaben die Schweden am häufigsten von allen Ländern an, dass sie gute Englischkenntnisse besitzen (88 %), die Deutschen und Dänen beurteilen ihre Englischkenntnisse zu je 35 Prozent als gut. Von niemandem der Schweden wird das Niveau Grundkenntnisse angegeben (0 %), dagegen wird dieses Niveau von 43 Prozent der Bürger der neuen deutschen Bundesländer angegeben (vgl. INRA 2001, S. 9). Mindestens eine Stunde täglich<sup>248</sup> verwenden 14 Prozent der Europäer, die mindestens eine weitere Sprache zusätzlich zu ihrer Muttersprache sprechen, Englisch. Drei Prozent geben diese Häufigkeit für Deutsch an. Proportional am häufigsten verwenden u. a. die Schweden Englisch (20 %), ebenso wie die Niederländer (23 %) oder die Dänen (21 %) (vgl. INRA 2001, S. 14). 23 Prozent der Schweden verwenden Englisch mindestens eine Stunde pro Woche, damit gehören sie wieder zu denen, die die Sprache proportional am häufigsten verwenden (vgl. INRA 2001, S. 15). „Die Schweden haben zu 42 % ihre erste Sprache im Auslandsurlaub erlernt, die Dänen zu 35 % und die Finnen und Niederländer zu jeweils 27 %“ (INRA 2001, S. 23). 28 Prozent der Schweden praktizieren häufige oder längere Besuche in einem Land, in dem man Englisch spricht, bei den Luxemburgern und Dänen sind es 33 Prozent. Diese Art des Erlernens der Sprache praktizieren die Griechen mit vier Prozent am seltensten. Das Selbststudium mit einem Buch wird in Luxemburg (39 %) sowie in Schweden und Finnland (jeweils 31 %) am häufigsten praktiziert (vgl. INRA 2001, S. 32). Zu-

---

<sup>247</sup> Es gab die Kategorien sehr gut, gut und Grundkenntnisse (vgl. INRA 2001, S. 8).

<sup>248</sup> Es gab bei der Frage nach der Verwendungshäufigkeit der Sprachen die Kategorien mindestens eine Stunde täglich, mindestens eine Stunde pro Woche oder gelegentlich (vgl. INRA 2001, S. 14).



sammenfassend lässt sich sagen, dass Englisch in den europäischen Ländern die bedeutendste Fremdsprache ist. Die Studie zeigt, dass Englisch besonders in Schweden eine große Rolle spielt und hier im europäischen Vergleich viele Menschen Englisch sprechen. Die Beurteilung der englischen Sprachkenntnisse fällt unterschiedlich aus. Die Mehrheit der Schweden beurteilte ihre Sprachkenntnisse als gut, während Lilliestam anmerkt, dass nur wenige Schweden wirklich flüssig Englisch sprechen können (vgl. Lilliestam 2010). Eigene Erfahrungen zeigen aber, dass man in Schweden problemlos im Café oder im Supermarkt Englisch versteht und spricht. Es herrscht in der deutschen Bevölkerung im Allgemeinen die Meinung vor, dass die Schweden gut Englisch sprechen können. Wer jemals in Schweden gewesen ist, wird dies bestätigen. Es stellt sich die Frage, warum das Beherrschen der englischen Sprache für den Musikexporterfolg Schwedens wichtig ist. Die Musikchefin des schwedischen Jugendradiosenders P3 Pia Kalischer sagt:

Wir sprechen gut Englisch. Das ermöglicht uns den Zugang zum englischen und amerikanischen Markt, denn die Sprachbarriere fällt weg. Außerdem bringt es uns der englischsprachigen Popkultur näher. Dort angefangen entwickeln schwedische Bands allerdings durchaus Eigenständiges (MDR Sputnik 2008c, 1min7s-1min21s).

Hier wird ein interessanter Aspekt angesprochen: Gute Englischkenntnisse öffnen einem aufgrund der wegfallenden Sprachbarriere den Zugang zum amerikanischen und englischen Markt. Den schwedischen Musikern ist es gelungen, in den letzten Jahren innovativ und hervorragend zu imitieren, aber dabei auch etwas Eigenständiges zu entwickeln (vgl. MDR Sputnik 2008c, 1min24-1min35s). Es zeigt sich ein deutlicher Unterschied zu den Anfängen der Rockmusikgeschichte in Schweden, als es nur darum ging, möglichst gut zu covern und dabei möglichst nah am Original zu bleiben. Das Beherrschen der englischen Sprache ist aus dem Grund wichtig, dass eine Voraussetzung für den Erfolg schwedischer Musiker im Ausland das Verfassen ihrer Songtexte auf Englisch ist. Schwedische Musiker haben bis heute im Ausland so gut wie keinen Erfolg mit schwedischsprachigen Songtexten. Anderen Ländern, wie z. B. Deutschland und Frankreich, gelang es, im Ausland mit Songtexten in ihrer Muttersprache erfolgreich zu sein (vgl. Bomsdorf 2004b). Das schon in Kapitel 3.1.6.2 genannte Beispiel der schwedischen Gruppe Kent hat gut verdeutlicht, dass die englische Sprache für die Schweden wichtig ist, wenn sie im Ausland Erfolg haben wollen. Lilliestam nennt neben dem Wunsch nach internationalem Erfolg – er macht deutlich, dass alle schwedischen Musiker, die international



erfolgreich sind, wie z. B. Roxette, Robyn, The Hives oder ABBA, auf Englisch singen – noch zwei weitere Gründe, warum die meisten schwedischen Rockmusiker auf Englisch singen. Man könne sich hinter dem Englischen „verstecken“. In einer Fremdsprache könne man über bedeutende und ernste Dinge singen, ohne wirklich für den Inhalt einzustehen. Außerdem denken viele schwedische Musiker, dass es sich besser anhöre, auf Englisch statt auf Schwedisch zu singen. Englisch höre sich tougher an. Und es dürfe natürlich nicht vergessen werden, dass das amerikanische Englisch die Ursprungssprache der Rockmusik ist und somit auch viele feststehende Phrasen und Ausdrücke enthält. In anderen Musikgenres, wie z. B. dem Techno oder Hardrock, werde selten auf Schwedisch gesungen, weil sich die Standardphrasen und typischen Thematiken dieser Genres nicht immer auf Schwedisch übersetzen lassen, ohne dass es lächerlich wirke. Es gibt dagegen auch Musikgenres, die eher von der schwedischen Sprache geprägt werden, wie z. B. die Singer-Songwriter. Håkan Hellstöm, Mikael Wiehe oder Lars Winnerbäck singen auf Schwedisch. Oftmals ist diese Stilrichtung mit der schwedischen Liedtradition verbunden und ohne den Einfluss von Cornelis Vreeswijk und Evert Taube nicht denkbar. Aber auch Bruce Springsteen und Bob Dylan haben dieses Genre beeinflusst (vgl. Lilliestam 2010). Schwedisch wird nur von wenigen Menschen weltweit gesprochen und auf Schwedisch verfasste Songs versteht im Ausland kaum jemand. Wobei sich hier die Frage stellt, ob das Verstehen der Texte überhaupt wichtig für den Erfolg von Musik ist. Verstehen z. B. die deutschen Radiohörer die englischsprachigen Texte, die tagtäglich im Radio laufen? Es werden mit Sicherheit auch Songs gut gefunden und gehört, wenn der Text nicht verstanden wird. Außerdem gibt es hier auch Unterschiede zwischen den Genres, bei manchen Genres, wie z. B. dem Hip-Hop, hat der Text eine wichtigere Bedeutung als bei anderen Genres. Ein anderer Grund, warum englischsprachige Texte schwedischer Musiker im Ausland erfolgreich sind, könnte sein, dass die englischsprachigen Songs der schwedischen Musiker wahrscheinlich für Nichtmuttersprachler des Englischen leichter zu verstehen sind als die von amerikanischen oder britischen Bands. Muttersprachler werden vermutlich erkennen, dass die Songs nicht von Muttersprachlern geschrieben und gesungen werden, jedoch kann vielleicht gerade das den Reiz ausmachen. Die Phonetik ist anders und es entsteht eine gewisse Exotik durch die Mischung zweier Sprachen, manchmal nur durch einen leichten Akzent verdeutlicht. Dass das Englisch der schwedischen Musiker nicht immer perfekt ist, erkennt man an vielen

Songs, da es vorkommt, dass die Aussprache nicht englisch ist, es zu „sven-gelska“-Konstruktionen kommt oder die Grammatik fehlerhaft ist. The Cardigans würden z. B. fast perfektes Englisch in ihren Songs anwenden, während Per Gessles Texte für die Band Roxette eher ein Kauderwelsch seien (vgl. Lilliestam 2010). Hier wird deutlich, dass das Englisch für den internationalen Erfolg nicht perfekt sein muss. Auf internationaler Ebene stößt die englischsprachige Musik schwedischer Musiker auf jeden Fall auf Resonanz.

Auf den Inhalt der Texte hat die Sprachwahl oftmals eine Auswirkung, da die Schweden, wenn sie auf Schwedisch singen, auch meistens über Schweden singen und z. B. den Straßen oder Menschen Namen geben, berühmte schwedische Personen nennen oder kulturelle Referenzen auftauchen. Als Beispiel kann man hier Håkan Hellström nennen, der Vasastan, Gårdakvarnar oder Gullbergskajen in seinen Texten nennt. Das Schwedische ist Lilliestam zufolge am geeignetsten, wenn die Songs sentimental und gefühlvoll sein sollen. Die englischsprachigen Texte von schwedischen Musikern enthalten nur sehr selten schwedische Namen oder Straßenbezeichnungen. Die in den Texten beschriebenen Ereignisse können sich überall abspielen, die Personen haben keine Namen. Es gibt keine Hinweise darauf, in welcher Kultur oder welchem Land man sich befindet (vgl. Lilliestam 2010). „[D]et hela utspelas i ett neutralt kulturellt ingenmansland“ (Lilliestam 2010). Dies führt dazu, dass die Texte internationaler sind und man sich überall auf der Welt damit identifizieren kann. Als Beispiel kann man hier Per Gessle anführen, der für Roxette Texte auf Englisch geschrieben hat, die von einer neutralen Perspektive beherrscht werden, es gibt keine schwedischen Referenzen. Für seine Band Gyllene Tider schrieb er schwedischsprachige Texte, die oft von Nissan, Halmstad, Tylösand oder Harplinge handeln. Auch seine Solosongs sind schwedischsprachig und enthalten schwedische Referenzen (vgl. Lilliestam 2010). Es würde komisch erscheinen, schwedische Namen oder Wörter in englische Texte einzubinden: „[...] personerna heter inte Åke och Ulla, kör Volvo, bor i Åmål och jagar älg“ (Lilliestam 2010). Auch die Sängerin Annika Norlin kann hier als Beispiel dienen. Sie singt auf Schwedisch unter dem Namen Säkert! über das Pflücken von Pilzen, über *folköl* 3,5, *kräfhattar* oder Kjell Höglund. Dagegen singt sie auf Englisch unter dem Namen Hello Saferide und hat hier die schwedischen Ausdrücke gegen amerikanische ausgetauscht, z. B. Spiderman, Golden gate oder Florence Nightingale. Jedoch zeigt sich vor allem in den letzten Jahren, dass die schwedischen Künstler in ihren englischsprachigen Songs verstärkt auch über

Schweden singen. In ihrem letzten Album singt Hello Saferide u. a. über Lund oder Arlanda (vgl. Lilliestam 2010). „Möjligen finns också en tendens att en del yngre artister inte alltid försöker låta amerikanska eller engelska. De skäms inte för sin svenska brytning, utan låter den skina igenom“ (Lilliestam 2010). Es stellt sich natürlich die Frage, an welches Publikum sich die englischsprachigen Songs mit schwedischen Verweisen richten: an ein internationales Publikum oder an ein schwedisches? Lilliestam stellt die Vermutung auf, dass jüngere Musiker eine andere Einstellung zur Sprache haben und die Zukunft würde zeigen, ob hier eine Veränderung eingetreten ist oder ob es sich um Ausnahmen handelt, dass englischsprachige Songs auch schwedische Namen oder Wörter enthalten. Diese Entwicklung hat sich schon bei den Beatles gezeigt, die am Anfang ihrer Karriere mit amerikanischem Akzent sangen, dann aber begannen mit britischem Akzent zu singen, als sie anfangen, über Großbritannien und sich selbst zu schreiben. Kultur und Sprachwahl hängen zusammen. Die Schweden singen über Strände, Wälder, das Meer, Blumen und Vögel, während in den zahlreichen amerikanischen Country-, Folk- oder Schlagerliedern oft Großstädte, Wege, Autos oder geografische Plätze das Thema sind. Dies liegt daran, dass die Wege in den USA lang sind und das Reisen ein zentrales Thema in den USA ist und den Lebensstil prägt<sup>249</sup> (vgl. Lilliestam 2010).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass gute englische Sprachkenntnisse für den Musikexporterfolg Schwedens wichtig sind. Schwedischsprachige Songs sind im Ausland nur sehr selten erfolgreich (vgl. Kap. 3.1) und sind auch meistens ausschließlich für den schwedischen Markt geschrieben worden. Jedoch scheinen schwedische Musiker auch immer mehr ihre schwedische Herkunft in ihre Texte einzubinden und sie wollen nicht mehr unbedingt als amerikanische oder britische Musiker wahrgenommen werden. Sie singen auf Englisch, weil sie damit größere Chancen haben, international erfolgreich zu werden, versuchen aber nicht, ihre schwedische Herkunft zu verleugnen.

---

<sup>249</sup> „Ett komiskt - och lätt övertydligt - exempel på god kulturell översättning är en amerikansk schlager från 1969, som heter 24 hours from Tulsa. Den handlar om en man som är på väg till sin älskade. Men på vägen går hans bil sönder och han blir kär i den tjej som hjälper honom att laga bilen. Det händer när han är 24 timmar från Tulsa. Låten översattes till svenska och sjöngs in av Östen Warnerbring under titeln 15 minuter från Eslöv. I den svenska versionen är det inte bilen som går sönder utan mopeden“ (Lilliestam 2010).

### 4.1.3.3 Staatliche Subventionen/Musikförderung

Welche Rolle spielen staatliche Subventionen für den schwedischen Musikexport? In Kapitel 4.1.3.1 wurde schon auf die kommunalen Musikschulen eingegangen und festgestellt, dass diese staatlich gefördert werden. Auch außerhalb von kommunalen Musikschulen wird die Musikausbildung gefördert. Die Regierung fördert Musiker aus öffentlichen Geldern (vgl. MDR Sputnik 2008b, 1min20-1min24) und der Staat hat Verantwortung für Amateur- und Profimusiker übernommen (vgl. Andersson 2001, S. 386). Anmerkenswert ist, dass viele Kulturinstitutionen in Schweden staatlich unterstützt werden und dies auf den schwedischen Wohlfahrtsstaat zurückgeht (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 31). Das *Folkhem* zeigte in der Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahre seine Wirkung, da der Zugang zu Kultur und Bildung für alle Bürger, die Gewährleistung einer finanziellen Sicherheit sowie der Ausbau der Renten und Kindergelder zu den wesentlichen Zielen des *Folkhem* gehörten (vgl. Lagerqvist 2001, S. 174f.) In dieser Zeit entstanden viele Kulturinstitutionen, die in den 50er und 60er Jahren modernisiert wurden. Politisches Engagement im Kulturbereich war also schon damals zu erkennen. Eine wichtige Institution ist der Kulturrat, welcher 1974 gegründet wurde und bis heute eine bedeutende Rolle im Bereich der Kulturförderung spielt (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 32). Der Kulturrat hat seit 1982<sup>250</sup> die Aufgabe, Unterstützung für die Herausgabe und Produktion von Tonträgern zu verteilen. Damit wollte der schwedische Staat verhindern, dass kleine, nicht kommerzielle Schallplattenverlage aussterben. Der Staat unterstützt Musiker bei der Herausgabe einer CD und übernimmt rund die Hälfte der Kosten für die erste CD oder Tournee (vgl. Hebestreit 2013).<sup>251</sup> Seit 2000/2001 hat sich diese Unterstützung verändert und sich an den sich verändernden Musikmarkt angepasst (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 7). „Ett utökat bidragssystem introducerades på prov som innebar att produktionsstödet kompletterades med ett artist- och upphovsmannastöd, extra marknadsföringsstöd samt treårigt verksamhetsstöd“ (Kulturrådet 2010b, S. 7). Im Jahr 2010 wurden die Ergebnisse einer Untersuchung präsentiert, die die Zielsetzung hatte, zu erörtern, wie der Kulturrat seine Unterstützung optimal einsetzen kann. Die technische Entwick-

---

<sup>250</sup> „När fonogramstödet infördes 1982 var det på grund av att de mindre icke-kommersiella fonogrambolagen höll på att dö ut och att det då fanns farhågor om att utbudet därmed skulle begränsas“ (Kulturrådet 2010b, S. 11).

<sup>251</sup> „Praxis för bidragsnivån ligger för närvarande på 50 procent av produktionens totala kostnad“ (Kulturrådet 2010b, S. 17).

lung, neue Urheberrechtsfragen, ein sich änderndes Konsumverhalten und der Vertrieb machten es notwendig, die Arbeit des Kulturrates neu zu evaluieren (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 11). Es zeigt sich, dass der schwedische Staat darauf bedacht ist, seine finanzielle Unterstützung möglichst gezielt einzusetzen und den sich verändernden Marktbedingungen anzupassen. Der Kulturrat unterstützt außerdem das regionale Musikleben und verteilt z. B. auch Gelder an Ensembles, Orchester oder Organisationen, die den internationalen Kulturaustausch als Zielsetzung haben (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 20). In Schweden wird der größte Anteil der öffentlichen Kulturfinanzierung vom Staat übernommen, diese Ausgaben entsprechen ungefähr einem Prozent der Gesamtausgaben des Staates (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 33). Im Jahr 2009 hat der Staat 446 Millionen SEK für den Musikbereich bereitgestellt (vgl. Kulturrådet 2010a, S. 21). Dies sind insgesamt fünf Prozent der Mittel, die der Staat für den Kulturbereich zur Verfügung stellt. Im Vergleich dazu werden z. B. 32 Prozent des Kulturbudgets für die Volksbildung und drei Prozent für Film und Medien ausgegeben (vgl. Kulturrådet 2010a, S. 17).

Wie schon erwähnt wurde, verteilt der Kulturrat diese Gelder und achtet bei der Verteilung auf die künstlerische Qualität der Songs und Tonträger. Außerdem soll bei der Verteilung darauf geachtet werden, dass verschiedene Musiker, Urheber und Werke unterstützt werden, so dass die Vielseitigkeit gewährleistet wird (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 17). Von 2005 bis 2010 hat der Kulturrat insgesamt zwischen fünf und sechs Millionen SEK an Unterstützung für Tonträger verteilt. Jedes Jahr wurden zwischen 432 und 472 Anträge gestellt, von denen 85 bis 112 Anträge angenommen wurden (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 18). Somit werden Künstler gezielt gefördert und der Bereich der Amateurmusik ist groß und gut organisiert (vgl. Andersson 2001, S. 386). Das Sozialsystem in Schweden ist sehr gut, so dass Musiker wie Olof Dreijer – Mitglied in der Band The Knife – es für den Musikexporterfolg verantwortlich macht, da man vom Staat Geld für das Musikmachen bekommt (vgl. Lindsay 2007). Musiker werden unterstützt: Musiker, Angehörige der Musikindustrie und Bands können Anträge auf finanzielle Subventionen stellen.<sup>252</sup> Stipendien werden von staatlicher Seite aus vergeben. Diese werden jährlich mit einem Budget von 24 Milli-

---

<sup>252</sup> Das Duo The Knife wurde z. B. 2001 mit 45.000 SEK (4.800 EUR) unterstützt, die in das selbstbetitelt Album investiert wurden. 2006 stieg die Subvention auf 80.000 SEK (8.600 EUR), die ihr selbstgegründetes Label Rabid Records als Unterstützung für die bislang erste und einzige US-Tour erhält. Durch die Investitionen des Staates stellt sich auch der Erfolg ein (vgl. Hogan 2010).



onen SEK für Veranstaltungsorte, 222 Millionen SEK für regionale Musikorganisationen, 11,5 Millionen SEK für Bands und 64 Millionen SEK für Concerts Sweden verteilt (vgl. Hogan 2010). Nina Persson, Sängerin der Band The Cardigans, betont, dass der schwedische Staat es einem sehr leicht mache, Künstler zu sein (vgl. Dittmer 2010). Es gibt viele staatliche Institutionen, die sich mit dem Musikleben in Schweden befassen. 2002 wurde das Swedish Arts Council gegründet, das für die Umsetzung der nationalen Kulturpolitik eingesetzt wird und sich natürlich auch mit Musik beschäftigt (vgl. Ikram 2009). Der Cultural Contact Point Sweden, der der EU-Kontakt für Kultur ist und die kulturelle Zusammenarbeit aller Staaten auf europäischer Ebene bewirbt, wird durch den Kulturrat betrieben. Eine weitere staatliche Organisation, die künstlerisches Schaffen unterstützt, ist z. B. Konstnärnämnden<sup>253</sup>. Die staatliche Stiftung Rikskonserter wurde 2011 aufgelöst und in Statens Musikverk eingebettet. „Statens musikverk ska främja ett varierat musikaliskt utbud präglat av konstnärlig förnyelse och hög kvalitet. Myndigheten ska också bevara, främja och tillgängliggöra teaterns, dansens och musikens kulturarv“ (Statens Musikverk 2012). Zu nennen sind außerdem STIM, SAMI, IFPI, The Swedish Model<sup>254</sup>, Svenska Musikerförbundet und Musiksverige. Neben den staatlichen Institutionen gibt es auch teilweise staatlich finanzierte selbstständige Organisationen, kommerzielle Unternehmen und ideelle Organisationen. Außerdem wird das schwedische Musikwesen natürlich auch durch Vereine und Privatpersonen unterstützt (vgl. Werner 2001, S. 51). Die schwedische Regierung hat schon früh erkannt, dass es wichtig ist, die Musikindustrie zu unterstützen. Als Beispiel soll hier die Unterstützung des Majorlabels EMI beschrieben werden. Vor dem Jahr 1975 stellte das Majorlabel EMI in allen nordischen Staaten Schallplatten her. Die EMI wandte sich aber dann an die schwedische Regierung und machte das Angebot, 120 Jobs in einem regionalen Entwicklungsgebiet in Schweden zu schaffen, wenn der schwedische Staat Subventionen für eine Schallplattenfabrik bereitstellt. Schweden ging auf dieses Angebot ein und stellte einen Kredit über 1,5 Millionen GBP bereit und subventionierte die

---

<sup>253</sup> „Konstnärnämnden är en statlig myndighet under Kulturdepartementet. Konstnärnämndens övergripande uppgift är att främja möjligheter för konstnärer att vidareutveckla sitt konstnärskap“ (Konstnärnämnden 2012). Hierunter fallen auch Musiker. Im Gegensatz zum Kulturrat, der Organisationen, Institutionen und Gruppen unterstützt, unterstützt Konstnärnämnden hauptsächlich Einzelpersonen (vgl. Kulturrådet 2010b, S. 17).

<sup>254</sup> Hierbei handelt es sich um eine Organisation, die aus dem Zusammenschluss sechs schwedischer Independentlabels besteht.



Gründung der Schallplattenfabrik mit ca. 500.000 GBP. Die Fabrik wurde in Westschweden, in Åmål, gebaut und die anderen Fabriken in den nordischen Ländern wurden geschlossen. Dort fielen die Arbeitsplätze weg, während in Schweden 120 neue Jobs entstanden. Jährlich konnten hier pro Schicht fünf Millionen LPs hergestellt werden, d. h. in drei Schichten konnten 15 Millionen Schallplatten produziert werden, was praktisch der gesamten Größe des schwedischen Marktes entsprach (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 102). Der schwedische Staat unterstützt also nicht nur die kleinen Labels, sondern auch die Majorlabels. Wenn die Umsätze der Musikindustrie sinken, wird der Staat zur Verantwortung gezogen. Musik muss einen großen Stellenwert in der schwedischen Bevölkerung besitzen, denn sonst würde die Regierung Musik nicht in diesem Maße fördern. Durch die jugendorientierte Sozialpolitik kommt es zu einer indirekten Schaffung von Auftritt- und Probemöglichkeiten für die Musiker und zur Entwicklung eines beachtenswerten musikalischen Engagements von Jugendlichen (vgl. Bomsdorf 2004b). Seit den 80er Jahren hat sich der schwedische Staat die Rock- und Popmusik zu Nutze gemacht und zur Integration und sozialen Kontrolle benutzt: „[...] to bring up the young and to lessen drug use and criminality“ (Fornäs 1990, S. 32). Der Staat gibt immer wieder Untersuchungen in Auftrag, um zu überprüfen, ob ihre Unterstützung den entsprechenden Erfolg bringt, richtig eingesetzt wird oder verbessert werden muss und an sich verändernde Umstände in der Musikindustrie angepasst werden muss (vgl. z. B. Kulturrådet 2010b). Die bisher in diesem Kapitel genannten staatlichen Subventionen können indirekt den Erfolg des schwedischen Musikexportes beeinflussen. Insgesamt gesehen spielt der schwedische Staat eine tragende Rolle, weil er die musikalische Bildung fördert und flächendeckend kulturelle Institutionen unterstützt und finanziert. Der Staat beteiligt sich auch an Projekten, die direkt den Musikexport betreffen. Hierzu zählen das schwedische Musikexportbüro und der Exportpreis, die im Folgenden beschrieben werden. Auch die Zusammenarbeit der nordischen Musikexportbüros, die ebenfalls im Folgenden behandelt wird, beeinflusst den Musikexport direkt.

#### 4.1.3.3.1 Musikexportbüro

Das schwedische Musikexportbüro ExMS zählt neben dem französischen zu den ältesten Musikexportbüros, die beide 1993 gegründet worden sind. Für Musikexportbüros, die sich in Planung befinden, gelten und galten diese beiden

Büros als Vorbild. Am schwedischen Exportbüro hat sich z. B. Österreich orientiert, da die Marktgrößen von Schweden und Österreich vergleichbar sind (vgl. Block 2002, S. 13 und S. 18). Gegründet wurde ExMS von SAMI, dem Verband unabhängiger Musikhersteller (SOM), der schwedischen Landesgruppe der IFPI und der Verwertungsgesellschaft für Aufführrechte (STIM/Svensk Musik)<sup>255</sup>. Durch diese Organe werden die Basiskosten finanziert (vgl. Block 2002, S. 48). Leif Pagrotsky unterstützte die Gründung von ExMS. Dieses Musikexportbüro wird u. a. auch vom schwedischen Staat finanziert. ExMS veranstaltet hauptsächlich Konzerte und Marketingkampagnen im Ausland und ist somit auch auf großen Messen mit einem Stand vertreten (vgl. Bomsdorf 2004b). Die Präsenz von ExMS auf Messen oder ähnlichem erfolgt mithilfe des schwedischen Kulturinstituts und der Botschaften und soll dem ganzen Land nutzen, denn „[s]chwedische Musik trägt dazu bei, dass man ein Bild von Schweden als kreativem, unternehmerischem Land bekommt“ (Bomsdorf 2004b). Dieses Zitat stammt von dem ehemaligen ExMS-Geschäftsführer Christer Lundblad. Lundblad ist der Meinung, dass die Menschen durch Kampagnen von ExMS und somit durch den schwedischen Musikexport angeregt werden, Schweden zu besuchen und auch Geschäfte mit Schweden zu machen (vgl. Bomsdorf 2004b). Das Ziel von ExMS ist, das Marketing und die Promotion schwedischer Populärmusik im Ausland zu initiieren, zu erleichtern und zu fördern (vgl. Block 2002, S. 48). „Musikexporten kan bidra till att skapa en bild av sverige som ett ungt och dynamiskt land“ (Forss 1999, S. 25). Folglich nutzen Politiker den Musikexport, um Werbung für Schweden zu machen und ein positives Bild Schwedens im Ausland zu vermitteln. Ohne den großen Erfolg des Musikexportes wäre natürlich solch eine Haltung der Politiker nicht möglich. Dass Politiker den Musikexport für ihre Zwecke nutzen, zeigt, dass der schwedische Musikexport sehr erfolgreich und dieser Erfolg auch beständig ist (vgl. Bomsdorf 2004b).

Man satsar verkligen på att försöka möta politiker med musik. När Sveriges ordförandeskap i EU invigdes fick alla en skiva med svenska hits. SI och Export Music Sweden producerade skivan som kostade 240 000 kronor och togs fram i 20 000 exemplar. Lykke Li, Hello Saferide och Adam Tensta skulle ge Berlusconi, Merkel, Sarkozy och de andra bilden av Sverige som ett kreativt land (Strömberg 2011).

---

<sup>255</sup> STIM hat die Hauptaufgabe, die Urheberrechte ihrer rund 60.000 Mitglieder zu verwalten und zu wahren (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 37).

Das Schwedenbild im Ausland zu beeinflussen und zu positivieren, scheint einer der Hauptgründe zu sein, warum der Staat den schwedischen Musikexport fördert. Am Gesamtexport nimmt der schwedische Musikexport nur ein halbes Prozent ein (vgl. Gatermann 2000). Jedoch profitiert die Wirtschaft vom Musikexport, da durch das positive Schwedenbild mehr Menschen dazu bewegt werden, Schweden zu besuchen und auch andere Wirtschaftsbereiche positiv beeinflusst werden.

Das Exportbüro hat die Aufgabe, die internationale Musikindustrie über Exportmöglichkeiten, Aktivitäten schwedischer Unternehmen und Trends in Schweden zu informieren. Im Jahr 2002 hat das Exportbüro z. B. eine Tournee durch Nordamerika organisiert. Während der Tournee wurden zehn Bands aus Schweden der Öffentlichkeit präsentiert (vgl. Block 2002, S. 49). Ziel des schwedischen Musikexportbüros ist es, „[...] den schwedischen Acts auf ihrem Weg zum internationalen Erfolg unter die Arme [zu] greifen“ (Jahnke 2010, S. 51). Es werden die Teilnahme an internationalen Musikmessen und Liveauftritte bei Festivals unterstützt (vgl. Jahnke 2010, S. 52). Marketingkampagnen im Ausland sollen auf Schwedens Musik aufmerksam machen: Das Besondere an der Arbeitsweise des Musikexportbüros ist, dass rivalisierende Musikverlage, Studios, Schallplattenfirmen usw. zusammenarbeiten, um ihr Land zu repräsentieren und möglichst viele Kunden zu gewinnen. Dies ist bemerkenswert für eine Branche, die eigentlich auf Konkurrenzkampf basiert (vgl. Deibel). Jedoch hat ExMS nur ein Jahresbudget von ca. 330.000 EUR – im Folgenden wird noch genauer auf das Budget eingegangen – im Vergleich zu seinem französischen Pendant ist das nicht sehr viel (vgl. Bomsdorf 2004b). Die Studie von Block ermittelte, dass das Jahresbudget von ExMS nur 107.400 EUR betrug (vgl. Block 2002, S. 49). Welche der beiden Zahlen tatsächlich stimmt, konnte nicht ermittelt werden. Der ehemalige Geschäftsführer von ExMS, Anders Hjelmtorp, vergleicht das schwedische Musikexportbüro mit dem dänischen und norwegischen und kommt zu dem Ergebnis, dass diese besser unterstützt werden, da diese mehr Angestellte haben und z. B. auch mehr Musiker als Schweden mit auf große Showcases nehmen können. Auch wenn ExMS von der IFPI, STIM und SAMI finanziert wird, musste Hjelmtorp für verschiedene Projekte Geld vom Kulturrat und Utrikesdepartementet beantragen. 2009 bekam ExMS zum ersten Mal eine feste Summe von einer Million SEK vom Kulturrat. Hjelmtorp beklagt sich aber darüber, dass man für die Zukunft nicht planen könne, da man nie wisse, ob man für die nächste Messe oder das nächste

Showcase Geld bekommen werde. Wie kann es aber sein, dass Schweden von allen nordischen Ländern die schlechtesten Ressourcen hat und trotzdem am erfolgreichsten ist? Hjelmtorp antwortet darauf, dass die schwedische Musikbranche über qualifiziertere Kräfte verfüge (vgl. Strömberg 2011).

Vi är skyhögt överlägsna Danmark, Norge och Finland. De kan ha tre gånger så många band och dubbel scenproduktion, men de har inte de networking skills som vi har. Om en musikjournalist får en skiva var från Sverige, Danmark och Norge tar de den svenska först. Vi har det bästa ryktet (Strömberg 2011).

Dies ist Hjelmtorps Erklärung. Auch Mäkelä betont, dass die Schweden sehr aufgeschlossen für internationales Networking sind (vgl. Mäkelä 2007, S. 111). Überraschend ist, dass Schweden zwar mehr Musik exportiert als die anderen nordischen Länder, jedoch die Unterstützung des Musikexportes durch den Staat in Schweden am geringsten von allen nordischen Ländern ist, nur Island liegt auf dem gleichen Unterstützungsniveau. Jedoch hat Island eine viel geringere Einwohnerzahl als Schweden. Die Unterstützung des schwedischen Staates wird als zu niedrig angesehen. Mit ca. 1,5 Millionen SEK pro Jahr hat der schwedische Staat den Musikexport in den letzten Jahren unterstützt, zusammen mit den Zuschüssen der Musikbranche kommt man auf insgesamt vier Millionen SEK pro Jahr. In den anderen nordischen Ländern wird der Musikexport mit größeren Summen unterstützt: Norwegens Regierung zahlt 9,5 Millionen SEK (zusammen mit der privaten Unterstützung kommt man auf 14 Millionen SEK), Finnland unterstützt den Musikexport mit 6,6 Millionen SEK (zusammen mit der privaten Unterstützung sind dies 13,2 Millionen SEK) und Dänemarks Regierung zahlt 5,1 Millionen SEK (die private Unterstützung mit eingerechnet ergibt dies 11,2 Millionen SEK). Diese Ergebnisse wurden auf dem nordischen Musikfestival *by:Larm* präsentiert, auf dem Musiksverige den bisher ersten Vergleich der Einkünfte der Musikbranche in den nordischen Ländern präsentierte. Um das hochgesteckte Ziel der schwedischen Handelsministerin Ewa Björling zu erreichen, den schwedischen Musikexport von 2010 bis 2015 zu verdoppeln, wird eine höhere finanzielle Unterstützung durch den schwedischen Staat gefordert und die Einsätze der schwedischen Behörden für den Export müssten besser koordiniert werden. Das Musikverk und der Kulturrat, beides sind Behörden des Kulturministeriums, sind für den Hauptteil der Unterstützung des Musikexportes zuständig. Es wird vorgeschlagen, mehr Behörden mit einzubinden, da die Musikbranche Kultur und auch Exporteinkünfte schafft, so dass auch das Utrikesdepartementet miteingebunden werden sollte.

Es wird eine gemeinsame Strategie zwischen der Regierung und der Musikbranche gefordert. Die Musikbranche hat schon begonnen, Veränderungen einzuleiten, und wandelt ExMS zu einer modernen Exportorganisation um, die an die heutige Musiklandschaft angepasst ist. Eine Strategie, wie der Export gesteigert werden soll, wurde im Juni 2013 präsentiert, die als ein wichtiges Ergebnis die Einbindung der Regierung nennt (vgl. Musiksverige 2013c). ExMS bekommt 2013 insgesamt 2,3 Millionen SEK vom Musikverket, um in den nächsten drei Jahren die Stellung der schwedischen Musik im Ausland zu stärken, man will schwedische Musik im Ausland präsent machen. Es sollen von ExMS Strategien erarbeitet werden, wie man schwedische Musik im Ausland etablieren kann, Netzwerke sollen gebildet werden, man soll auf Musikmessen und Festivals präsent sein (vgl. Olson 2012b). Die Einkünfte aus dem Ausland sollen erhöht werden und mehr Mitglieder der Musikbranche sollen von den Tätigkeiten des Musikexportbüros profitieren. Es wird angestrebt, der gesamten schwedischen Musikbranche, also sowohl Künstlern als auch Schallplattenverlagen und Songwritern, Informationen bereitzustellen und sie darin auszubilden, wie man schwedische Musik exportiert. Ausländische Schallplattenlabels und Journalisten sollen über schwedische Musik informiert werden und die Zusammenarbeit mit den anderen nordischen Staaten sowie mit anderen kulturellen Bereichen soll gestärkt werden (vgl. Nylin 2012). Man will sich nicht mehr nur hauptsächlich auf kommerzielle Popmusik konzentrieren, sondern alle Musikgenres mit einbinden. Es gibt ein neues Konzept und ExMS 2.0 soll geschaffen werden, man will sich auf die Veränderungen in der Musikindustrie einstellen (vgl. Nygren 2012). ExMS hat erkannt, dass man noch besser darin werden muss, den schwedischen Export zu messen und zu analysieren. Dies stellte Jesper Thorsson, seit 2013 Geschäftsführer von ExMS, in einem Interview heraus (vgl. Olson 2012a). Er betont, dass man nun sehr genau analysiert, welche Hilfestellungen die schwedische Musikindustrie von ExMS braucht. „Education back home is a big part of the new mission“ (Bisla 2013, S. 21). Somit veranstaltet ExMS viele Seminare, z. B. zur digitalen Distribution oder zum Arbeitsvisum in den USA. Auch an einer neuen Website wird gearbeitet, auf der die schwedische Musikindustrie Informationen finden soll, die für die Exportarbeit nützlich sind (vgl. Bisla 2013, S. 21). Man will neue Märkte erschließen, aber der Fokus liegt auf den für die schwedische Musikindustrie wichtigsten Exportmärkten: Deutschland, USA, die anderen nordischen Länder, Großbritannien und Japan (vgl. Bisla 2013, S. 22).



Durch die Ausführungen über ExMS ist deutlich geworden, dass Schweden eine Vorreiterrolle im Hinblick auf die Einrichtung eines Musikexportbüros einnimmt. Neben den Zielen des schwedischen Musikexportbüros wurde hier ein weiteres Mal die Bedeutung des Musikexportes für die Wirtschaft und die Politik dargestellt. Da der heimische Markt zu klein ist, müssen Verbindungen ins Ausland geknüpft werden und dabei wirkt das schwedische Musikexportbüro unterstützend. Die Unterstützung von ExMS hilft vor allem den Musikern weiter, die noch nicht von einem Label gesignt wurden. Diese müssen alles selbstständig organisieren und dabei hilft die finanzielle und ideelle Unterstützung von ExMS weiter. Das Exportbüro ist also eine gute Anlaufstelle für Musiker, die Erfolge im Ausland anstreben. Die Netzwerke, die durch das Exportbüro entstanden sind und gepflegt werden, vereinfachen den Export, das Exportbüro dient somit als Kontaktnetz. Die Handelsbeziehungen werden durch die Netzwerke vereinfacht und durch diese Netzwerke können Verbindungen zu neuen Märkten geknüpft werden. ExMS ist gut mit der schwedischen und ausländischen Musikbranche vernetzt, was den Musikern, die von ExMS unterstützt werden, viele Vorteile bringt. Vor allem die ab 2013 angestrebten Änderungen und neuen Aufgaben des Musikexportbüros stellen ein wichtiges Mittel dar, den schwedischen Musikexport langfristig zu stärken und die Einnahmen zu erhöhen. Anzumerken ist, dass ExMS wahrscheinlich auch dazu beitrug, dass in den Medien und in der Öffentlichkeit die Begriffe Export und Musik in Verbindung gebracht wurden und über den schwedischen Musikexport berichtet wurde. In den 80er Jahren war nirgendwo vom schwedischen Musikexport die Rede, erst in den 90er Jahren – als ExMS gegründet wurde – begann man den schwedischen Musikexport wahrzunehmen und z. B. in den Medien darüber zu berichten.

#### 4.1.3.3.2 Nordic Music Export (NOMEX) und die Zusammenarbeit zwischen den skandinavischen Staaten

Auffällig ist, dass die nordischen Länder seit langem zusammenarbeiten. Schon 1930 wurde von der STIM, KODA, TEOSTO und TONO die Nordisk Union for Komponistrettigheder gegründet. Man war der Meinung, dass man durch die Zusammenarbeit mit den Ländern, mit denen man Kultur und Sprache teilt, Probleme lösen kann und neue Ideen bekommt. Jedes zweite Jahr wurden seitdem Kongresse veranstaltet (vgl. KODA 2001, S. 48). Auch heutzutage arbei-



ten die nordischen Länder zusammen. Das schwedische Musikexportbüro arbeitet mit den anderen nordischen Musikexportbüros zusammen und es wurde die Organisation NOMEX gegründet, die seit 2012 besteht und schon seit 2009 werden mehrere Pilotprojekte von den nordischen Musikexportbüros zusammen durchgeführt. Bei NOMEX handelt es sich um einen Zusammenschluss aus den Musikexportbüros der nordischen Länder (Schweden, Norwegen, Dänemark, Island und Finnland), welcher von Music Export Finland verwaltet wird. NOMEX ist eine Non-Profit-Organisation, die folgende Aufgaben hat: die Stärkung des nordischen Marktes, die Bereitstellung von Support-Services für ihre Mitglieder und die Entwicklung und Durchführung von Projekten (vgl. NOMEX 2014). NOMEX hat zum Ziel, den nordischen Musikexport zu unterstützen und zu vergrößern. „Exports are not only crucial to revenue growth in the Nordic music industry but also vital to the Nordic reputation and industry’s innovation dynamics” (Hildibrandsdóttir/Power 2009, S. 14). Die Vergrößerung und Stärkung des Musikexportes, die Verbesserung des Ansehens des Nordens und die Innovation der nordischen Musikindustrie zählen somit zu den Zielen von NOMEX. Musik ist für NOMEX eine Botschafterin der nordischen Länder (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 49). Die nordischen Länder legen viel Wert darauf, sich untereinander über den Musikexport auszutauschen und ihnen ist ein gut ausgebildetes Netzwerk wichtig. Es finden z. B. regelmäßig Podiumsdiskussionen statt, so z. B. auch am im Februar 2013. Unter dem Titel *Musikkeksporsten i Sverige og Norden* diskutierten Jesper Thorsson (ExMS), Kathrine Synnes Finnskog (Music Norway), Anna Hildur (NOMEX), Linda Portnoff (Doktor der Ökonomie) und Sigtryggur Baldursson (Island Music Export) miteinander. Man setzte sich u. a. mit den Fragestellungen auseinander, wie die ökonomische Entwicklung in der schwedischen Musikbranche aussieht und wie die nordischen Länder aus der von Musiksverige und ExMS präsentierten Musikbranchenstatistik lernen können. Der Fokus lag auf dem nordischen Markt und es wurde diskutiert, welche Bedeutung der nordische Markt hat (vgl. By:Larm 2013). Es gibt ein jährliches NOMEX-Treffen und die Vorsitzenden und Geschäftsführer der nordischen Musikexportbüros treffen sich außerdem dreimal im Jahr (vgl. NOMEX 2013, S. 4).

Im Jahr 2010 wurde das Paper *Strength in Unity* veröffentlicht, in dem NOMEX eine Fünf-Jahres-Strategie vorstellt. Um die in diesem Paper genannten Ziele umsetzen zu können, erhielt NOMEX im Januar 2012 zwei Millionen DKK vom Nordischen Ministerrat. Insgesamt liegt das Budget von NOMEX

bei vier Millionen DKK, also 536.913 EUR (vgl. NOMEX 2013, S. 5).<sup>256</sup> Die Ziele, die in diesem Paper vorgestellt wurden, stimmen mit den oben genannten Zielen überein. Besonderes Augenmerk soll auf die Stärkung des nordischen Musikmarktes, die Bereitstellung von Supportservices – das Vermitteln von Handlungskompetenzen, Wissen und politischen Entscheidungshilfen – sowie die Entwicklung und Durchführung von Projekten gelegt werden. Um diese Ziele erreichen zu können, wurde Anna Hildur Hildibrandsdóttir, ehemalige Vorsitzende von Iceland Music Export, eingestellt. Sie soll die NOMEX-Aktivitäten koordinieren, Seite an Seite mit den fünf nordischen Musikexportbüros zusammenarbeiten, die Öffentlichkeit und private Institute über die Arbeit von NOMEX informieren sowie Netzwerke aufbauen und Programme entwickeln, die den nordischen Musikmarkt stärken. Im Jahr 2012 wurden somit verschiedene Projekte entwickelt und durchgeführt. Dazu gehören die nordische Playliste, der nordische Reisepass und Pilotprojekte wie JaJaJa Music in London, das JaJaJa Musikfestival 2013 in London, Hokuo Nights in Tokio, Diaz Nordicos und das Trainings- und Kompetenzbildungsprogramm (vgl. NOMEX 2013, S. 3).

The Nordic Playlist ist ein Projekt, das den Export nordischer Musik erhöhen, das Bewusstsein über nordische Bands und Musiker ausweiten, populäre Musik dokumentieren und geographische Grenzen überwinden soll. Die Nordic Playlist wird zusammen mit der schwedischen Digitalmusikfirma Trendmaze entwickelt. Der Alphatest wurde schon durchgeführt und von 93 Prozent der Befragten der Musikindustrie wurde die Plattform als ein gutes Mittel angesehen, neue Musik und Musiker der nordischen Länder zu entdecken (vgl. NOMEX 2013, S. 6). Die nordische Playlist soll im Januar 2014 eingeführt werden und im Februar 2015 für die Öffentlichkeit zugänglich werden. Auf der Webseite sollen jede Woche fünf neue Songs – von jedem nordischen Land ein Song – vorgestellt und veröffentlicht werden. „Ultimately, the Nordic Playlist will become the de facto platform for all Nordic artists and copyright owners of Nordic music“ (NOMEX 2013, S. 7). Diese Plattform soll sehr interaktiv werden und Blogger, Fans und Mitglieder der Musikbranche ansprechen. Der Inhalt der Plattform wird auch den Medien zur Verfügung gestellt werden und man hofft, dass diese dadurch verstärkt über nordische Musik berichten und nordische Songs vorstellen (vgl. NOMEX 2013, S. 7).

---

<sup>256</sup> Im Anhang 6 findet sich eine Tabelle, in der die genaue Verteilung des Budgets dargestellt wird.

Ein weiteres Projekt von NOMEX ist The Nordic Travel Pass. Dieses Projekt wurde initiiert, weil eines der größten Probleme für Newcomer in der Musikbranche die Reisekosten sind, wenn sie in anderen nordischen Ländern als ihrem Heimatland auftreten wollen. Aus diesem Grund nahm NOMEX z. B. im Sommer 2012 mit der Fluggesellschaft SAS Kontakt auf, um die Idee vorzustellen, dass SAS einen Fonds anlegt, so dass sich Musiker für Flüge bewerben können, wenn sie ihre Musik in anderen Ländern präsentieren wollen. Mithilfe einer Marketingfirma wurde diese Idee weiter ausgeweitet und verschiedene Optionen können in Betracht gezogen werden. NOMEX nimmt derzeit Kontakt zu verschiedenen in Betracht kommenden Partnern auf (vgl. NOMEX 2013, S. 7). Mit verschiedenen Pilotprojekten soll nordische Musik als Marke außerhalb des Nordens etabliert werden. Das Projekt JaJaJa Music in London veranstaltet Showcases und diese Showcase-Nächte sind mittlerweile eines der drei bei den Medien und der Musikindustrie beliebtesten Showcases (vgl. NOMEX 2013, S. 8). Im Jahr 2013 soll außerdem das JaJaJa Music Festival in London stattfinden. „The aim is to develop a new annual event for that will be the best and most innovative of Nordic music and arts to the heart of London“ (NOMEX 2013, S. 9). Auch in Spanien, Latein Amerika und Tokio veranstaltet NOMEX Showcases (vgl. NOMEX 2013, S. 10).

Insgesamt gesehen hat NOMEX sehr interessante Projekte, die nicht nur für den gesamt-nordischen Markt von Bedeutung sind, sondern auch den schwedischen Musikexport vergrößern können. Durch die Showcases stellen sich schwedische Bands den Medienvertretern und der Musikbranche vor. Besonders das Projekt The Nordic Playlist ist als innovativ und von großem Nutzen für den schwedischen Musikexport anzusehen, da Medienvertreter, Musikhörer und Mitglieder der Musikbranche durch die Plattform neue schwedische Bands und Musiker entdecken können.

#### 4.1.3.3 Musikexportpreis

Der Exportpreis wird seit 1997 an diejenigen Musiker vergeben, „[...] die sich um den Erfolg schwedischer Musik im Ausland besonders verdient gemacht haben“ (Bomsdorf 2004b). Die Gastgeberin der ersten Verleihung, Sofia Eriksson, stellte in ihrer Ansprache heraus, dass die Regierung auf den Musikexport aufmerksam geworden sei und den Musikexportpreis gestiftet habe, da Schweden der drittgrößte Musikexporteur der Welt sei (vgl. Strömberg 2011). An-

schließlich verlieh der ehemalige schwedische Wirtschaftsminister und schwedische Minister für Bildung, Forschung und Kultur Leif Pagrotsky den Exportpreis an The Cardigans. Er stellte in seiner Ansprache die Bedeutung von Musik für die Gesellschaft, besonders für die Jugendlichen, heraus. Über 300.000 Jugendliche besuchen die kommunalen Musikschulen, etliche spielen zu Hause Klavier oder machen mit Freunden Musik und Hunderttausende singen im Chor. Außerdem sorgte Musik aber auch für Exporteinkünfte und für Jobs und schaffe das Schwedenbild in der Welt (vgl. Strömberg 2011). Deutlich zeigt sich also, dass die Politik ein Augenmerk auf den Musikexport geworfen hat, der Politiker Leif Pagrotsky rief den Preis ins Leben. „Sverige håller på att stärka sin ställning som modernt, kreativt land. Tillsammans med andra ungdomliga branscher som design och IT ger musiken en ny och annorlunda bild av Sverige“ (Hallencreutz/Lundequist 2001). Pagrotsky betont hier, dass die Musik dazu in der Lage sei, ein anderes und neues Bild von Schweden zu schaffen. Schweden möchte als kreatives und modernes Land gelten. Dadurch, dass Musik ins Ausland exportiert wird, kann durch die exportierte Musik das Schwedenbild beeinflusst werden. Dies ist der Regierung so wichtig, dass sie den Musikexportpreis ins Leben gerufen hat. Der Exportpreis steht repräsentativ für die Musiknation Schweden und gilt als Ansporn für Künstler. Er ist eine würdige Auszeichnung derjenigen, die Schweden mit ihrem Musikexporterfolg helfen. Bisher gehörten z. B. Roxette oder im Jahr 2000 Benny Andersson und Björn Ulvaeus (ABBA) zu den Preisträgern (vgl. Bomsdorf 2004b). Benny Andersson und Björn Ulvaeus bekamen den Preis sogar 2008 ein zweites Mal. Auch Mando Diao<sup>257</sup>, Robyn, The Hives und Cheiron Production erhielten den Preis.

Priset ska gå till någon som är en god förebild för Sverige. Mando Diao har med sitt kreativa entreprenörskap, sin arbetsprestation och sina artistiska ambitioner främjat den svenska musikexporten och Sveriges bild utomlands. Man förstår inte alltid hur viktig musikexporten är för varumärket Sverige, musiken är det första man kommer i kontakt med i ett annat land, säger handelsminister Ewa Björling (Regeringskansliet 2010b).

---

<sup>257</sup> Mando Diao wurde 2009 mit dem Musikexportpreis der schwedischen Regierung ausgezeichnet. Die Band erhielt den Preis, weil ihr Album *Give Me Fire* international sehr erfolgreich war. *Dance With Somebody*, eine daraus ausgekoppelte Single, war das meistgespielte Lied aller Kategorien in Deutschland und wurde 13 Millionen Mal auf YouTube angeklickt (vgl. Regeringskansliet 2010b). Bei den deutschen iTunes wurde der Song zum Lied des Jahres gekürt (vgl. Regeringskansliet 2010a).

Die schwedische Regierung hat somit erkannt, dass Mando Diao durch ihre Auslandserfolge das Schwedenbild im Ausland positiv beeinflusst. Ob Mando Diao auch staatlich gefördert wurde, z. B. durch das Musikexportbüro, konnte nicht evaluiert werden. Die Verleihung des Exportpreises an Cheiron Production zeigt, dass der Preis nicht nur an schwedische Bands und Musiker vergeben wird, sondern auch Produzenten für ihre Leistungen gewürdigt werden. Den Exportpreis für das Jahr 2011 bekam die Swedish House Mafia und damit würdigte die schwedische Regierung das schwedische DJ-Wunder, das in Kapitel 3.1.6 schon angesprochen wurde. Die Band Roxette bekam 2012 einen Ehrenpreis, da sie zu ihrem 25-jährigen Bandjubiläum eine der größten Welttourneen gemacht hat, die je eine schwedische Band durchgeführt hat. Die Möglichkeit, einen Ehrenpreis zu verleihen, hat die Jury seit 2006. Interessant ist auch die Zusammensetzung der Jury. 2011 war Annika Rembe die Vorsitzende der Jury und es gab weitere elf Jurymitglieder: Anders Hjelmtorp (VD Export Music Sweden), Anna-Karin Larsson (Bezirkschefin von SR Musik), Birgitta Svendén (VD Kungliga Operan), Claes Olson (Redakteur Musikindustrie), Anna Berggren (CEO MTG Radio), Nutta Hultman (kanslichef SMFF), Per Sinding-Larsen (Musikjournalist Sveriges Television), Pia Kalischer (Musik- und Eventverantwortliche Sveriges Radio), Ludvig Werner (VD IFPI), Stina Westerberg (GD Statens musikverk) und Fredrik Wetterqvist (ämnesråd, Utrikesdepartementet) (vgl. Utrikesdepartementet 2012). Die Jury ist somit aus verschiedensten Mitgliedern der Musikbranche, des Radios und der Regierung zusammengesetzt. Der Musikexportpreis zeigt, dass der Musikexport sowohl ein wichtiger Image- als auch Wirtschaftsfaktor ist (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 4). Inwieweit aber Musiker durch diesen Exportpreis dazu animiert werden, sich auch international als Musiker einen Namen machen zu wollen, kann nur schwer evaluiert werden. Es ist aber sehr naheliegend, dass die Verleihung des Musikexportpreises ähnliche Auswirkungen wie der ABBA-Effekt, auf den in Kapitel 4.1.3.8 eingegangen wird, haben kann. Schwedischen Musikern wird gezeigt, dass es möglich ist, im Ausland erfolgreich zu sein und außerdem wird dieser Erfolg durch die Regierung wertgeschätzt. Es war also ein kluger Schachzug der Regierung, diesen Musikexportpreis einzuführen. „Musiken från lilla Sverige räknades. Och, framför allt, den kunde göra landet till en internationell maktfaktor“ (Strömberg 2011).



#### 4.1.3.4 Neue Technologien/Trendbewusstsein

Neue Technologien werden in der heutigen Zeit immer wichtiger und spielen mittlerweile eine große Rolle im Musikbusiness, weil Musiker z. B. ihre Musik über das Internet selbst verbreiten können. Die Aneignung technischer Möglichkeiten ist in der Musikbranche sehr wichtig. In diesem Kapitel soll auf der einen Seite ausgeführt werden, wann Schweden welche neuen Technologien eingeführt hat und auf der anderen Seite wird erörtert, wie trendbewusst die Schweden im technologischen und in anderen Bereichen sind. In einem eigenen Kapitel wird danach gesondert auf Spotify eingegangen, da dieser Onlinestreaming-Dienst sowohl in Sachen Trendbewusstsein als auch auf das Musikbusiness bezogen eine große Rolle spielt. Wie wichtig sind das Trendbewusstsein und die neuen Technologien für den Erfolg des schwedischen Musikexportes?

Die schwedische Botschafterin Ruth Jacoby betont, dass Schweden ein sehr trendbewusstes Land ist, nicht nur in der Musik, sondern auch in Lifestyle und Mode (vgl. Bollert 2010). Schwedisches Design, repräsentiert durch IKEA, und schwedische Mode, repräsentiert durch H&M, sind weltweit erfolgreich. Schwedische Mode, schwedisches Design und auch schwedische Musik sind weltweit „angesagt“. Das Hauptaugenmerk soll hier auf dem Trendbewusstsein bzgl. der Musiker liegen. Es kann festgehalten werden, dass die aus dem anglophonen Kulturraum kommenden musikalischen Trends von schwedischen Musikern schnell erkannt und umgesetzt werden (vgl. Bollert 2010). In den 50er Jahren hat Schweden die „neue“ Musik neben England als erstes Land angenommen (vgl. Brolinson/Larsen 1997, S. 6). Aber auch in den folgenden Jahrzehnten haben die Schweden immer schnell neue musikalische Trends erkannt. „[...] [A]rtister som David Bowie, Roxy Music och Bruce Springsteen på 1970-talet, Prince på 1980-talet samt Suede, Oasis, och Blur på 1990-talet - alla slog igenom i Sverige och England, innan de slog i resten av Europa“ (Hallencreutz/Lundequist 2001). Auch Jahnke merkt an, dass die Schweden sich sehr schnell internationalen Strömungen und Trends anpassen und traditionell international ausgerichtet sind (vgl. Jahnke 2010, S. 52). Die Schweden haben ein Gespür für neue Trends, nehmen an neuen Trends teil und es herrscht ein mul-



tikulturelles Klima<sup>258</sup> in Schweden und dies sicherte zu, dass eine interessante Musikkultur geschaffen wurde (vgl. Sandgren 2000). Die Schweden sind bemüht, international erfolgreich zu werden. Andersson betont, dass sich schwedische Musiker stärker als die anderen skandinavischen Musiker bemühen direkt, d. h. am nationalen Markt vorbei, international erfolgreich zu werden (vgl. Andersson 2001, S. 244). Dies kann auch als eine Art Trendbewusstsein bzw. Fortschrittsdenken aufgefasst werden. Die Schweden haben schnell erkannt, dass man international denken muss, um auch im Ausland erfolgreich zu sein. Es gibt Bands, die international mehr Erfolg haben als in Schweden selbst. Für die schwedischen Rockbands Mando Diao und The Hives z. B. führte der Weg zum Erfolg zuerst über das Ausland (vgl. MDR Sputnik 2008d, 2min42-2min48). Sehr viele schwedische Musiker denken von Anfang an im internationalen Maßstab. Stockholm hat mehr Tonstudios per Einwohner als jede andere Stadt der Welt (vgl. Gradvall 2004b, S. 39).<sup>259</sup> Schweden ist das einzige Land der kleinen Nationen, das sich damit rühmen kann, zumindest in einem Bereich der Musiktechnologie an der Spitze zu stehen. „Sweden has a unique position as regards access to the techniques of manufacturing gramophone records simply because two wholly Swedish-owned companies have specialized in the areas of electroplating and pressing“ (Wallis/Malm 1984, S. 70). Hier handelt es sich um die Firmen Europa Film und Alpha-Toolex (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 70). Infolge des Erfolgs von ABBA in den 70er Jahren wurde „[...] in Schweden handwerkliche Kompetenz in der Studioteknik aufgebaut [...], die bereits frühzeitig internationalen Standard entsprach“ (Andersson 2001, S. 244). Schon früh entwickelte sich Schweden somit zu einer technisch versierten Nation und nahm neue Trends schnell an. Auch im Bereich der Musikvideos wird dies deutlich. „Store bands som engelske Queen og svenske Abba forstod hurtigt fordelene ved musikvideo, og i mediets første leveår fra midt i 70'erne havde det en aura af kunst og nyskabelse omkring sig“ (Bille u. a. 2002, S. 341). Musikvideos trugen dazu bei, dass z. B. amerikanische Bands in Skandi-

---

<sup>258</sup> „With an advanced welfare system, the country has attracted refugees and asylum seekers around the world, resulting in immigrants making up more than ten percent of its population“ (Ikram 2009). Rund drei Millionen Einwanderer sind zwischen 1950 und 1970 nach Schweden gekommen, von denen viele wieder in ihre Heimatländer zurückgekehrt sind, viele sind aber auch in Schweden geblieben (vgl. Gradvall 2004b S. 15).

<sup>259</sup> Jedoch müssen solche Angaben immer mit Vorsicht genossen werden, da sie jeweils in Relation zu ihrer Einwohnerzahl stehen. Stockholm hat insgesamt 1,2 Millionen Einwohner, was mit Städten wie New York oder London oder auch Berlin nicht vergleichbar ist, da sich in einem relativ bevölkerungsarmen Land wie Schweden die Szene in einer Stadt bündelt.

navien gesehen werden konnten ohne dass diese reisen mussten und umgekehrt natürlich auch schwedische Bands im Ausland gesehen werden konnten. AB-BA hatte schnell diesen Vorteil der Musikvideos erkannt. Man konnte die Musikvideos als Marketinginstrumente einsetzen und somit im Ausland bekannter werden. Insgesamt gesehen ist Schweden somit ein trendbewusstes Land, besonders auch im Bereich der Musiktechnologie.

Die wichtigste und mit den größten Veränderungen innerhalb der Musikbranche verbundene technische Entwicklung der letzten Jahrzehnte ist mit Sicherheit das Internet. Die schwedische Botschafterin Ruth Jacoby betont, dass Schweden eine der höchsten Internetverbreitungsfrequenzen der Welt hat und das Internet heutzutage dazu genutzt wird, um neue Musik zu verbreiten, z. B. über Myspace, YouTube oder Spotify (vgl. Bollert 2010). Viele schwedische Musiker nutzten das Internet, um ihre Musik zu verbreiten und auf sich aufmerksam zu machen<sup>260</sup> (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 8). Die schwedische Sängerin Lykke Li nutzte z. B. Myspace und hatte dadurch ihren Durchbruch (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 5). Auf Seiten wie Myspace können sich Musiker selbst inszenieren und sie bieten Fans und Interessierten die Möglichkeit, mit ihnen in Kontakt zu treten. Besonders für unbekannte Bands hat die Digitalisierung somit Vorteile, da diese nun ihre Musik im Internet vorstellen und bewerben können. Die sozialen Netzwerke werden als Werbeplattform für Musik immer wichtiger, 64 Prozent der Schweden sind in einem sozialen Netzwerk angemeldet (vgl. Findahl 2012, S. 6). Musiker können ihre Musik über digitale Wege, z. B. über iTunes, verkaufen. Es ist also durchaus möglich, heutzutage ohne eine Schallplattenfirma erfolgreich zu werden (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 55). Das Internet trägt dazu bei, dass die Musikbranche direkt mit dem Musikkonsumenten vernetzt wird. Der Chef der Stockholmer Schallplattenfirma Hybrid Records, Matthias Lövkvist, führt an, dass das Internet heutzutage in der Musikbranche sehr wichtig ist, da die schwedische Musik sich darüber ausbreitet. Die schwedischen Gruppen können nun leichter im Ausland auf sich aufmerksam machen. Dies führte auch dazu, dass die schwedische Independentszene sehr schnell gewachsen ist, da die Independentszene eigentlich eine lokale Angelegenheit ist, die die Indie-Bands immer vor die Schwierigkeit stellte, dass es kaum möglich war, im Ausland aufzutreten. Dies

---

<sup>260</sup> „Die Gymnasiastinnen von Those Dancing Days mit ihrer tanzfreundlichen Musik fanden zunächst bei der Gemeinde der Website ‚MySpace‘ Anklang und bekamen dann schnell einen Schallplattenvertrag und Angebote für Festival-Auftritte“ (Svenska Institutet 2008, S. 5).

änderte sich durch das Internet (vgl. Wiles 2007). Das Angebot an Musik ist durch das Internet viel größer geworden, Musik ist immer und überall verfügbar. Somit sind Nischenprodukte günstiger und leichter zu erreichen und der neue Nischenmarkt wird immer wichtiger (vgl. Anderson 2007, S. 6). Nischenprodukte, z. B. Musik, die nicht im Radio gespielt wurde, hat es schon immer gegeben, doch sie waren meist schwer zu finden. Durch das Internet sind sie sichtbar geworden (vgl. Anderson 2007, S. 7). Es ist durch das Internet billiger geworden, Menschen zu erreichen (vgl. Anderson 2007, S. 65). Das Internet ist somit auf verschiedene Weisen für die Musikindustrie und auch die Musiker wichtig und hat zu Veränderungen innerhalb der Musikbranche geführt. Die traditionelle Tonträgerfirma, deren Hauptaufgabe das Herausgeben und Entdecken neuer Musik war, verlor dieses Monopol, da Musik nun auch über andere Kanäle erhältlich ist. Musik kann im Netz heruntergeladen werden – auf legalen Weg durch bezahlte Dienste, aber auch auf illegalem Weg. Die Digitalisierung führte dazu, dass nicht mehr so viele Tonträger verkauft wurden und die Einnahmen stark zurückgingen. Es kam zur Auflösung vieler kleiner Firmen und Fusionierungen. Jedoch hat die Digitalisierung nicht nur Nachteile. Die Live-Konzerte und die Nutzung von Streaming-Diensten haben stark zugenommen (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 46). Es kam zur Gründung von digitalen Musikverlagen. Es wurde z. B. der digitale Musikverlag X5 in Schweden gegründet. Mittlerweile besitzt der Verlag ca. 40 Angestellte in New York und Stockholm (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 20). „De förvärvade tidigt rättigheter till äldre inspelningar och har idag en katalog på över 250 000 inspelningar. God lönsamhet har gjort att man även kan bekosta egna nyinspelningar“ (Portnoff/Nielsén 2012, S. 20). 2011 hat X5 66 Millionen SEK eingenommen, 95 Prozent davon auf dem Exportmarkt (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 20). Es wurden mehrere international erfolgreiche Unternehmen, z. B. sich auf Musik spezialisierende Internetverlage, gegründet (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001).

Welche Rolle spielt das Internet in Schweden im internationalen Vergleich? Seit zwölf Jahren wird in Schweden jedes Jahr ein Bericht unter dem Namen *Svenskarna och Internet* herausgegeben, der das schwedische Volk nach ihren Internetgewohnheiten befragt. Es handelt sich um eine repräsentative Untersuchung (vgl. Findahl 2012, S. 5). Diese Studie macht deutlich, dass das Internet eine immer größere Rolle im Leben der Schweden spielt. Seit 17 Jahren haben immer mehr Menschen in Schweden Zugang zum Internet. 1995 hatten zwei

Prozent der Schweden Zugang zum Internet, im Jahr 2012 waren dies schon 89 Prozent. Die tägliche Anwendung des Internets steigt von Jahr zu Jahr in allen Altersgruppen (vgl. Findahl 2012, S. 6). Dass das Internet in diesem Kapitel eine so ausführliche Beachtung findet, ist damit zu begründen, dass das Internet dazu verwendet wird, Musik zu hören, Videos, also auch Musikvideos, zu schauen oder Musik zu kaufen (vgl. Findahl 2012, S. 6). „Musik och video har visat sig vara innehåll som passar väldigt väl att lagras, distribueras och konsumeras på internet. Det digitala formatet har gjort detta möjligt“ (Findahl 2012, S. 30). Zwei von drei schwedischen Internetnutzern hörten 2011 Musik über das Internet, fast genauso viele (66 Prozent) machen dies auch im Jahr 2012 (vgl. Findahl 2012, S. 6). Unter den 12- bis 20-Jährigen sind es sogar 90 Prozent, die im Internet Musik hören (vgl. Findahl 2012, S. 17). 45 Prozent der schwedischen Bevölkerung hören über das Internet Radio (vgl. Findahl 2012, S. 7). Es liegt eine Statistik vor, in der errechnet wurde, wie viel Prozent der Internetuser das Internet für das Downloaden und Hören von Musik verwenden. 2008 waren dies in Schweden 34 Prozent<sup>261</sup> (vgl. Eurostat 2011, S. 188). Musik gehört zu den digitalen Produkten, die am häufigsten über das Internet gekauft werden. 23 Prozent der schwedischen Internetnutzer haben angegeben, dass sie schon Musik über das Internet gekauft haben. Damit liegt Musik zusammen mit den Apps auf Platz 1 der digitalen Produkte, die am häufigsten über das Internet gekauft werden (vgl. Findahl 2012, S. 36). Besonders in den Altergruppen 16 bis 25 (40 %) und 26 bis 35 (43 %) ist es üblich, Musik über das Internet zu kaufen (vgl. Findahl 2012, S. 31). Im Bereich der neuen Technologien wird deutlich, dass sich die Schweden schnell an neue Technologien anpassen. Als das Internet sich quasi über Nacht ausbreitete, war Schweden nach den USA das Land mit der höchsten Nutzerdichte (vgl. Gradvall 2004b, S. 39). 2008 nutzten bereits 88 Prozent aller Schweden das Internet und somit lag Schweden im EU-Vergleich auf Platz 1. Im Frühjahr 2010 kam das World Economic Forum (WEF) in Genf zu dem Schluss, dass Schweden weltweit die Nummer 1 bei der Nutzung der Informationstechnologie sei (vgl. Niller 2010). Auch im Jahr 2012 lag Schweden immer noch auf Platz 1 vor Singapur und Finnland (vgl. Findahl 2012, S. 13). Die Internet-Zugangsdichte der Haushalte lag 2011 in Schweden bei 91 Prozent und 2013 bei 93 Prozent, in Dänemark

---

<sup>261</sup> In Dänemark lag der Anteil der Internetuser, die das Internet für das Downloaden und Hören von Musik verwenden bei 36 Prozent und in Norwegen sogar bei 44 Prozent (vgl. Eurostat 2011, S. 188).

bei 90 Prozent (2011) bzw. 93 Prozent (2013) und in Norwegen bei 92 Prozent (2011) bzw. 94 Prozent (2013) (vgl. Eurostat 2013). Die skandinavischen Länder haben eine hohe Internetaffinität. „Sverige ses som det land i världen där internet har haft störst påverkan“ (Findahl 2012, S. 13). Auch im Bereich der Handys liegt Schweden hinter Finnland auf Platz 2, wenn man die Verbreitung der Handys betrachtet (vgl. Gradvall 2004b, S. 39). Heutzutage zeigt sich die Entwicklung, dass immer mehr Menschen das Handy nutzen, um im Internet zu surfen. Ca. die Hälfte der schwedischen Bevölkerung verwendet das Handy, um sich mit dem Internet zu verbinden (vgl. Findahl 2012, S. 5). Auch ein Tablet-PC wird immer beliebter, um damit Zugang zum Internet zu erhalten, jeder fünfte Schwede verwendet ein Tablet (vgl. Findahl 2012, S. 6). Da die Musikbranche viel mit dem Computer arbeitet, z. B. beim digitalen Mischen, ist die fortgeschrittene Entwicklung der modernen Technologie sehr wichtig (vgl. Gradvall 2004a, S. 4). So gut wie alle Musikaufnahmen werden heutzutage in irgendeiner Form mit dem Computer bearbeitet und es gibt Musikgenres, wo so gut wie alles digital ist, z. B. beim Techno oder House. In dem Song *The Sign* der Band Ace of Base wurden z. B. alle Instrumente mit dem Computer nachgebildet (vgl. Gradvall 2004b, S. 39). Somit hat die Bedeutung der Produzenten in der Musikbranche zugenommen (vgl. Bille u. a. 2002, S. 393). Außerdem können Musiker nun auch zu Hause selbst am Computer Musik produzieren, hier zeigt sich die Wichtigkeit von Musiksoftware (vgl. Wiles 2007). Die Zahl der neu veröffentlichten Alben stieg z. B. im Vergleich zu 2004 im Jahr 2005 um 36 Prozent an, also von 44.000 auf 60.000 Alben, „[...] was größtenteils darauf zurückzuführen ist, dass ein Künstler heute seine eigene Musik ganz einfach aufnehmen und veröffentlichen kann“ (Anderson 2007, S. 64). Schweden liegt mit 44 Prozent auf Platz 3, wenn man den Konsum von gestreamter Musik betrachtet. Auf Platz 1 liegt Norwegen, gefolgt von Spanien. Als Grund dafür, dass Schweden auf Platz 3 liegt, wird die hohe Internetaffinität und der starke Rückgang des Marktes mit physischen Medien genannt, so dass die Voraussetzung für die Etablierung von Diensten wie Spotify in Schweden und WiMP in Norwegen geschaffen wurde (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 21).

Es stellt sich natürlich die Frage, inwieweit das schnelle Anpassen an neue Trends, besonders im Bereich der neuen Technologien, und die Internetaffinität der Schweden ein Garant dafür ist, dass die schwedische Musik im Ausland so erfolgreich wird. Wichtig ist vor allem, dass man heutzutage die digitalen Medien nutzen muss, wenn man den Durchbruch als Musiker schaffen möchte. Es



gibt viel mehr Musiker, gegen die man sich durchsetzen muss, als in den vorherigen Jahrzehnten. Dadurch ist es wichtig, sich von der Masse abzusetzen und der Einsatz der sozialen Netzwerke ist heutzutage bedeutend geworden. Es reicht heute nicht mehr, wie in Kapitel 3.1.4.3 am Beispiel Roxette deutlich geworden war, einen Song in die Playlist zu bringen, um richtig erfolgreich zu werden. Die schnelle Anpassung an neue Technologien sorgt außerdem dafür, dass die schwedische Musikbranche lebendig bleibt und sich immer wieder verändert. Das Internet und die digitalen Technologien bieten neue Möglichkeiten, die die Musikbranche nutzen muss, damit sie Gewinne erzielen und Musiker bekannt machen kann. Wie an den unterschiedlichen hier vorgestellten Statistiken gezeigt werden konnte, ist Schweden sehr fortschrittlich, was die neuen Technologien betrifft. Sie nehmen diese schnell an und nutzen die dadurch entstandenen neuen Möglichkeiten. Schweden ist insgesamt sehr trendbewusst und schafft neue Trends. „I internationella sammanhang lyfts också Sverige fram som ett framgångsexempel när det gäller skiftet från fysisk till strömmad konsumtion av musik som nu genererar de huvudsakliga intäkterna på den inspelade musikens område“ (Musiksverige 2014, S. 14).

#### 4.1.3.5.1 Spotify

Bei Spotify<sup>262</sup>, 2006 gegründet, handelt es sich um eine in Schweden beheimatete Onlinestreaming-Software, mit der man kostenlos Musik, die man hören möchte, einfach online, über z. B. den Computer oder das Handy, anhören sowie auch kaufen kann. Bemerkenswert ist, dass Spotify der erste Streaming-Anbieter dieser Art ist (vgl. Frickel 2012). Spotify ist ein sog. Abo-Dienst und es werden bei jedem Hören eines Songs Royalties gezahlt. Die Musiklabels verdienen durch die Einnahmen über Werbebanner, die etwa alle drei bis vier Songs eingeblendet werden, und durch zahlende Premium-User. Vermutlich<sup>263</sup> gehen 18 Prozent der Einnahmen an die Musiklabels. Daniel Ek, Mitbegründer von Spotify, tätigte im Juli 2009 die Aussage, dass Spotify eine Million Nutzer

---

<sup>262</sup> Spotify arbeitet mit dem in Schweden führenden Telekommunikationskonzern Telia zusammen (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 18).

<sup>263</sup> Spotify gibt keine genauen Statistiken und Zahlen heraus. Insider bestätigten diese von der Musikbranche vermutete Zahl.



in Schweden habe und somit für 35 Prozent der digitalen Erträge<sup>264</sup> verantwortlich sei (vgl. Musically 2009). Sollten diese Zahlen der Wahrheit entsprechen, so wären elf Prozent der schwedischen Bevölkerung Spotify-User. Mittlerweile wird sogar davon ausgegangen, dass ein Drittel der schwedischen Bevölkerung Spotify nutzt (vgl. IFPI 2013a, S. 14). Spotify ist ein innovatives Medium, das neue Technologien nutzt. Anders als bei iTunes oder YouTube, wo man die Songs kaufen muss oder man aufgrund rechtlicher Bestimmungen ein eingeschränktes Angebot hat, hat man bei Spotify ohne eingeschränktes Angebot kostenlosen Zugriff auf Musik.<sup>265</sup> Man kann Titel-Links oder Playlists per Mausklick in soziale Netzwerke transformieren (vgl. Wicke 2011, S. 117). Spotify ist wie Radiohören, nur dass man selbst bestimmen kann, welche Songs man hören möchte. In insgesamt 17 Ländern gibt es mittlerweile einen Spotify-Zugang, es gibt über fünf Millionen zahlende Abonnenten, über 20 Millionen aktive Nutzer weltweit und es wurden bisher über 500 Millionen USD an Rechteinhaber ausgezahlt (vgl. Spotify 2012). Seinen Durchbruch hatte Spotify im Jahr 2011 (vgl. Findahl 2012, S. 6). Dies führte dazu, dass die Zahl der Internetnutzer, die Musik über das Internet hören, stieg (vgl. Findahl 2012, S. 30). Zwei von drei schwedischen Nutzern im Alter zwischen 12 und 35 Jahren hören mindestens einmal pro Woche Musik über Spotify, 85 bis 90 Prozent machen dies manchmal (vgl. Findahl 2012, S. 30). „Subscription services have played a key role in the revival of some markets. Sweden is the best example, where per capita on music spend leapt by 15 per cent between 2008 and 2012“ (IFPI 2013a, S. 16). Spotify hat somit dem schwedischen Musikmarkt zu einem neuen Aufschwung verholfen. Diese in Schweden sehr populäre Software zeigt die schnelle Anpassung an neue Technologien und das Trendbewusstsein der Schweden.

Durch das Beispiel Spotify wird deutlich, dass Schweden sich gut auf die zunehmende Digitalisierung in der Musikwelt eingestellt hat. Die Schweden ha-

---

<sup>264</sup> Zum digitalen Musikmarkt gehören neben der gestreamten Musik auch die heruntergeladene Musik, jedoch jeweils nur die über legale Streaming- und Downloadportale gestreamte und heruntergeladene Musik (vgl. Portnoff/Nielsén 2012, S. 31).

<sup>265</sup> Mittlerweile gibt es für die User drei Modelle, wie sie Spotify nutzen können: Free, Unlimited und Premium. Spotify Free besagt, dass man kostenlos und unbegrenzt Zugriff auf die Songs im Katalog hat, dafür muss man Werbeeinblendungen und Werbeanzeigen in Kauf nehmen. Nach sechs Monaten wird das Hören von Musik begrenzt. 4,99 EUR muss man zahlen, wenn man Spotify Unlimited nutzen möchte, dann fallen die Werbeeinblendungen weg. 9,99 EUR kostet Spotify Premium und dieses Modell ist auch werbefrei. Mit Spotify Premium kann man Lieder auch offline hören und es wird eine Verwendung auf mobilen Geräten erlaubt (vgl. Frickel 2012).

ben eine innovative Software entwickelt, die mittlerweile weltweit verbreitet ist und zahlreiche Nachahmer, wie Simfy, Rdio oder Deezer, gefunden hat. „Streaming has revolutionized the industry“ (Bisla 2013, S. 22). Durch Spotify besteht eine Alternative zum traditionellen Kauf von CDs oder auch zum Kauf von MP3s. Dadurch, dass das illegale Downloaden von Musik mittlerweile strafrechtlich verfolgt wird, erklärt sich der Erfolg von Spotify, da hier legal Musik gehört werden kann und man eine sehr große Auswahl an Songs hat. Spotify ist somit ein wirksames Mittel gegen die Piraterie. Musik ist bei Spotify leicht zugänglich und kann das Interesse an Musik verstärken, da man sehen kann, was Freunde hören und Radiosender anhand der eigenen Hörgewohnheiten erstellt werden können. Schweden ist das erste Land, das die Verkäufe von gestreamter Musik in seine offiziellen Albumcharts einrechnet, nachdem es seit 2010 schon die Verkäufe von gestreamter Musik in seine offiziellen Singlecharts einrechnet. „Today, streaming accounts for about 70 percent of total music sales in Sweden – one of the highest rates in the world“ (IFPI 2013b). Erneut zeigt sich das schnelle Anpassen der Schweden an neue Technologien und die Veränderungen in der Musikbranche, mit denen die Schweden sehr gut umgegangen sind. „The United States, Great Britain, Sweden, and the Netherlands seem more oriented to faster sequences. Japan, Germany, and France are more concerned with synchronization“ (Hampden-Turner/Trompenaars 1993, S. 75). Dieses Zitat besagt, dass die Schweden besser mit den Unsicherheiten und den schnellen Veränderungen, die für die Musikindustrie üblich sind, umgehen können.

#### **4.1.3.5 Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie / Zusammenwirken der Branchen**

Ein weiterer Faktor, der für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich gemacht wird, ist die Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie. Die Tonträgerindustrie hat sich durch die digitale Entwicklung sehr verändert. Dies soll im Folgenden dargestellt werden. Die transnationalen Schallplattenfirmen wurden in den 60er und 70er Jahren von der hohen Kaufkraft der Schweden angezogen und konzentrierten sich auf die reichste skandinavische Nation, Schweden. Sie kontrollierten den schwedischen Musikmarkt (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 30). Schon in den 70er Jahren, als die großen Musikverlage den progressiven Rock ignorierten, wurden eine Reihe

kleiner Musikverlage gegründet, die von den Musikern selbst oder deren Freunden betrieben wurden und Schallplatten mit progressiver Rockmusik herausgaben. Viele Bands, wie z. B. die Hoola Bandoola Band oder Nationalteatern, verkauften auf diese Weise viele Schallplatten und diese kleinen Verlage hatten eine große Bedeutung für die schwedische Rockmusik. Durch die Gründung der kleinen Labels wurde der schwedische progressive Rock bekannt (vgl. Rasmusson 1988, S. 149). Die großen Musiklabels Sony BMG, EMI, Universal und Warner haben ab Mitte der 80er Jahre direkt in Schweden investiert und die mittelgroßen schwedischen Firmen aufgekauft (vgl. Forss 1999, S. 19). Ziel war zunächst, die eigenen Produkte in Schweden gewinnbringend unterzubringen. Das wurde revidiert, nachdem sich herauskristallisiert hatte, dass die Positionierung anders lohnender sei: nämlich in der Mitte der wachsenden Industrie, um Talente zu entdecken und unter Vertrag zu nehmen (vgl. Forss 1999, S. 19). Das Produkt „schwedische Popmusik“ konnte durch das vorhandene Talent in jeglichen Bereichen des Musiksektors mithilfe des internationalen Produktionsbudgets und durch Kontakte sehr gut vermarktet werden. Diese Strukturumwandlung führte auch dazu, dass viele kleinere und mittlere Labels entweder aufgekauft oder aufgrund der starken Konkurrenz ihrer Existenz beraubt wurden (vgl. Forss 1999, S. 21). Die größten drei schwedischen Musiklabels – Metronome, Sonet und Elektra – wurden von den transnationalen Labels aufgekauft oder aus dem Markt hinausgelenkt. Metronome wurde 1979 an Warner verkauft, Elektra scheiterte, als BMG 1989 den Distributionsvertrag mit Elektra auflöste, und Sonet wurde 1991 von PolyGram gekauft. Die drei Labels Metronome, Sonet und Elektra konnten nur überleben, weil sie durch das eingenommene Geld, das sie mit dem Vertrieb der Schallplatten/CDs der transnationalen Labels verdienten, in die Produktion und den Verkauf von schwedischen Künstlern investierten. Die transnationalen Musiklabels haben aber durch den Aufkauf der schwedischen Musiklabels ihren Einfluss auf dem Markt gefestigt (vgl. Burnett 1992, S. 144).

In den 90er Jahren, als der schwedische Musikexport seinen schnellsten Zuwachs hatte, wurde eine große Zahl an Einrichtungen geschaffen, um neue Talente entdecken zu können (vgl. Forss 1999, S. 19). Es entstanden viele Independentlabels, die für den Boom schwedischer Musik verantwortlich gemacht werden können. Per Lundberg vom schwedischen *Groove*-Magazin sagt dazu:

Wir haben einige fantastische Labels. Labrador, Adrian Recordings, Bad Taste Records, Burning Heart. Das sind zwar keine Major-

Labels, aber sie sind groß in ihren Möglichkeiten schwedische Musik zu veröffentlichen. Tatsächlich sind es die kleinen und mittleren Indie-Labels, die Schweden auf die internationale Popbandkarte gebracht haben (MDR Sputnik 2008d, 1min58-2min13).

Diese Indie-Labels waren sowohl für viele ausländische als auch für schwedische Bands der Ausgangspunkt für eine Karriere. Es gibt viele Beispiele dafür, dass schwedische Musiker, die bei einem Indie-Label unter Vertrag stehen, im Ausland bekannt und erfolgreich wurden. Zu nennen sind hier z. B. Kristofer Åström, Fireside (stehen bei dem Label Startracks unter Vertrag) oder The Hives und Millencolin, die bei dem Label Burning Hearts Records unter Vertrag standen (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 54). Schweden hat ein weitverzweigtes Netz alternativer Musikinitiativen, Schallplattenlabels und Schallplattenvertriebe sowie Konzertveranstalter (vgl. Jahnke 2010, S. 49).

In Schweden haben sich zwei gegensätzliche Trends vollzogen. Auf der einen Seite kam es zur Neuetablierung vieler kleiner Independentlabels und auf der anderen Seite kam es zur Internationalisierung, da der schwedische Musikmarkt von den Majorlabels beherrscht wird, bei denen es eine Konzentration innerhalb der Distribution und des Vertriebes gab. Durch die Internationalisierung der Musikindustrie in Schweden wird der Export stark vereinfacht und vorangetrieben. Dass die Majorlabels einen sehr hohen Marktanteil in Schweden haben, zeigt,

[...] dass eine Präsenz auch in eher kleinen Märkten lohnenswert ist; sie können ihre internationalen Künstler auf dem schwedischen Markt absetzen, versuchen, schwedische Künstler auf dem schwedischen Markt zu lancieren und rekrutieren schwedische Künstler für den internationalen Markt (Feusi/Küttel 2011, S. 54).

Heute arbeiten die Majorlabels oft mit den kleinen Musiklabels zusammen, die für das Suchen und Entdecken neuer Musiktalente zuständig sind (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 54). Hier haben die schwedischen Musikverlage im internationalen Vergleich sehr früh angefangen, offensiv und aktiv mit A&Rs zu arbeiten (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001). Die Majorlabels sind hauptsächlich für die Verbreitung und den Vertrieb zuständig (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 54). Hier zeigt sich die Arbeitsteilung, die für beide Seiten Vorteile bringt. Die Folge dieser Entwicklung sind Zweigstellen von großen Schallplattenlabels wie Universal, Sony BMG, Warner oder EMI. Die schwedischen Tochterfirmen agieren wie selbstständige Verlage, haben also eine vollständig ausgebaute Organisation, um die Kapazität zu haben, sowohl international als auch national konkurrieren zu können (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001). „[...] [D]et finns

en gemensam syn på varumärkesbyggande – det vill säga ett intresse att på olika sätt profilera ’svensk musik’ internationellt – samtidigt som man konkurrerar med varandra på olika marknader“ (Hallencreutz/Lundequist 2001). In Schweden gibt es eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Akteuren in allen Bereichen der Musikbranche. Somit herrscht eine gut ausgeprägte Konkurrenz, die ein innovatives Klima fördert und sich somit positiv auf die Leistungen der Musikbranche niederschlägt (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 48). „Sverige har en kritisk massa av företag [...]“ (Forss 1999, S. 20), d. h., dass alle Glieder, die man für einen schlagkräftigen Musikexport braucht, vorhanden sind. Es gibt sowohl im Amateur- als auch im Profibereich viele kompetente und tüchtige Akteure (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001).<sup>266</sup>

Eine Besonderheit in Schweden ist, dass die Branchen zusammenwirken und dieses Zusammenwirken der Branchen und die starken Interessengruppen zu niedrigen Transaktionskosten führen (vgl. Forss 1999, S. 20). Schwedische Schallplattenfirmen mieten z. B. gemeinsam Stände auf Musikmessen und teilen sich so die Kosten, obwohl sie unmittelbare Konkurrenten sind. Gemeinsame Interessen werden durch Vernetzung und geschickte Organisation vertreten (vgl. Jahnke 2010, S. 49). „Ganz im Wirtschaftsgeist der Siebziger Jahre bündelt man – auch als Konkurrenten – seine Kräfte und teilt damit den Kuchen so, dass alle etwas abbekommen“ (Deibel). Die synergetische Arbeitsweise der Schweden ist für die Musikbranche vorteilhaft, da man sich dort gegenseitig unterstützt und sowohl national als auch international vernetzt. Diese Kultur wäre z. B. in der Hip-Hop-Welt der USA, die extrem „ellenbogen-geprägt“ ist, nicht vorstellbar (vgl. Jahnke 2010, S. 52). Im Pop- und Rocksektor fehlt es nicht an Zusammenarbeitsformen, da auch die schwedischen Musiker und Produzenten oft zusammenarbeiten. Max Martin und die Sängerin Lisa Miskovsky schrieben zusammen den Song *Shape of My Heart* für die Backstreet Boys. Miskovsky schrieb außerdem Songs zusammen mit dem Frontman von Kent und sang auf dem Soloalbum von Dennis Lyxzén, Mitglied von The (International) Noise Conspiracy, ein Duett mit ihm (vgl. Gradvall 2004b, S. 9). Es könnte eine lange Liste mit Kooperationen zwischen schwedischen Musikern

---

<sup>266</sup> Hallencreutz und Lundequist stellen sich die Frage, wie sich diese große Zahl an Akteuren im Amateur- und Profibereich gebildet hat und welche Mechanismen dafür verantwortlich sind. Diese Frage sei schwer zu beantworten. Als mögliche Mechanismen nennen sie die kommunalen Musikschulen, die Wohlfahrtspolitik, das breite Musikinteresse der schwedischen Bevölkerung, besonders das der Jugendlichen, die oft das Musizieren als wichtigstes Freizeitinteresse angeben (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001).



erstellt werden. Schon in den 50er Jahren zeigte sich, dass die schwedischen Musiker nicht nur Konkurrenten, sondern oftmals auch Freunde sind. Alle Rockkönige standen z. B. 1959 zusammen auf der Bühne<sup>267</sup> (vgl. Lundberg 2007, S. 7). Die schwedischen Musiker und Produzenten/Songwriter arbeiten sehr gut zusammen. Ebenso arbeitet die Musik- mit der Internetbranche zusammen (vgl. Hallencreutz/Lundequist 2001). Auch schwedische Konzertagenturen sind gut vernetzt und ermöglichen schwedischen Künstlern Tourneen im Ausland. „Wo sie nicht direkt buchen, verfügen sie über ein dichtes Netzwerk von ausländischen Booking-Partnern“ (Feusi/Küttel 2011, S. 56). Die schwedischen Konzertagenturen verfügen über das Netzwerk und das Know-How, unbekanntem Musikern Konzerte und Tourneen im Ausland zu ermöglichen (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 57). Hier zeigt sich somit die Stärke der schwedischen Musikbranche: die Vernetzung in Schweden selbst und auch im Ausland. Es gibt viele Verknüpfungen unter den Organisationen. Das Gemeinschaftsgefühl in Schweden ist groß und es existiert ein Kollektivbewusstsein, so dass dadurch Neues schnell verbreitet werden kann. Es wird der Eindruck erweckt, dass die Schweden sich selbst eher als Familie mit niedrigen Hierarchien sehen statt als Gesellschaft mit großen sozialen Unterschieden. Dadurch, dass Schweden ein Land mit einer eher geringeren Einwohnerzahl ist, ist die Anzahl der Akteure in der Musikbranche verglichen mit Ländern wie den USA oder Deutschland eher klein, auch wenn sie für ein so kleines Land wie Schweden im Verhältnis zur Bevölkerungszahl hoch ist. Es kennen sich viele Musiker in Schweden untereinander, da die Musiker untereinander gut vernetzt sind. Gleichzeitig besteht natürlich auch ein Konkurrenzdenken, das sich aber nicht negativ, sondern positiv auf die Musiker auswirkt. Um sich von anderen Menschen abzuheben, entsteht oftmals innovative und qualitativ hochwertige Musik. Pop aus Schweden ist schon seit den 90ern ein Qualitätsbegriff (vgl. Behrens 1994, S. 19). Zusammenfassend kann man in Bezug auf die Strukturumwandlung in der Musikbranche festhalten, dass diese sowohl Vor- als auch Nachteile hat. Die Tonträgerfirmen haben keine Monopolstellung mehr und unbekannte Bands können sich selbst vermarkten und ihre Musik über kostengünstige und digitale Wege veröffentlichen. Jedoch entfällt durch die Digitalisierung eine wichtige Einnahmequelle, da die Musik nun oft kostenlos zugänglich ist und die Einnahmen durch Tonträgerverkäufe drastisch gesunken sind. Mit Konzerten versucht man,

---

<sup>267</sup> Vergleiche auch Kapitel 3.1.1.



diese sinkenden Einnahmen abzufedern. Dadurch, dass Musiker ihre Musik nun leichter bekannt machen können, ist der Markt übersättigt (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 56).

#### 4.1.3.6 Das Schweden-Image

*Swedishness* ist das Schlagwort, das Erklärungen für den Erfolg schwedischer Musik im Ausland liefern kann. Publikationen über das Schwedentum häufen sich seit den 80er, besonders auch den 90er Jahren (vgl. Herzog 2010, S. 86). Es wurde durch eine Untersuchung der Mandel Consulting aus Stockholm herausgefunden, dass es für Schweden profitabel sei, seine Produkte als schwedisch zu kennzeichnen, da diese so mehr Abnehmer finden würden (vgl. Endter 2009, S. 8). Wie kann man *Swedishness* definieren und womit kann man Schweden als Marke assoziieren? Wie sieht das Schweden-Image aus? Welche Bedeutung hat *Swedishness* für den Musikexporterfolg Schwedens?

Es gibt verschiedene Symbole und Assoziationen, die das Image Schwedens kreieren. Mit Schweden verbindet man die königliche Krone, die nationalen Farben Blau und Gelb, die roten Holzhäuser, die Schären, ABBA, Ingmar Bergman, Elche und die königliche Familie (vgl. Endter 2009, S. 4). Immer wieder wird die unberührte Natur Schwedens hervorgehoben (vgl. Endter 2009, S. 6). Ein friedliches, idyllisches und perfektes Image wird durch die Bücher und Verfilmungen Astrid Lindgrens wie z. B. *Die Kinder aus Bullerby*, *Michel aus Lönneberga* und *Pippi Langstrumpf*<sup>268</sup> oder auch die Filme und Bücher der Autorin Inga Lindström erzeugt, gleichzeitig schaffen sie ein traditionelles und veraltetes Bild von Schweden (vgl. Endter 2009, S. 6). Das sog. Bullerby-Syndrom zielt auf eine positive Konnotation zu Schweden ab. Der Begriff wurde von Berthold Franke geprägt. Er bezeichnet damit das ideale, utopische, idyllische Bild von Schweden, das durch Astrid Lindgrens Literatur erzeugt worden ist. Es werden Assoziationen mit roten Holzhäuschen, einer idyllischen Natur und mit Elchen geweckt (vgl. Kreißler 2009). Dieses positive Image ist auch durch die schwedische Kriminalliteratur, die im Ausland sehr erfolgreich ist, und das in ihr kreierte Image von Schweden als kaltem, dunklem Land, in dem es vor Mördern „nur so wimmelt“, nicht erschüttert worden. Die Leser lassen sich von diesem negativen Bild nicht beeinflussen oder nehmen dieses Bild

---

<sup>268</sup> Es gab sogar ein deutsches Musiklabel, das sich nach der Romanfigur benannte: Langstrumpf Records.

als vollkommene Fiktion wahr, denn Schweden gilt als sehr sicheres Land und diese Darstellung Schwedens in der Kriminalliteratur beeinflusst die Menschen nicht negativ (vgl. Endter 2009, S. 6). Wie eine Studie der Universität Würzburg – bei der 750 junge Menschen in Deutschland zum Nordeuropabild befragt wurden – herausstellt, gilt Schweden als ausgesprochen urban, modern, kreativ, stilvoll, weltoffen und die Schweden gelten als gutaussehend. Das Image der hübschen und zumeist blonden Schwedinnen spielt nach wie vor eine große Rolle (vgl. Schrödl 2010). „Im Gegensatz zu seinen Nachbarn Norwegen und Finnland wird Schweden heute nicht mehr als kaltes, sondern als cooles Land wahrgenommen. Schweden gilt als das nordeuropäische Land der Kultur und des Konsums, der attraktiven Menschen und attraktiven Marken“ (Schrödl 2010). Das Image Schwedens wird durch schwedische Filme und Musik, Mode, Shopping, Design und Ästhetik beeinflusst und kreiert. „Dazu tragen insbesondere die beiden schwedischen ‚Lifestyle-Giganten‘ IKEA und H&M bei, über die die meisten jungen Deutschen einen ersten Zugang zu dem Land finden“ (Schrödl 2010). IKEA arbeitet mit dem Schweden-Image:

Die schwedische Kultur ist geprägt von Einfachheit, Gleichheit und Offenheit für andere Einflüsse. Diese Werte werden auch bei IKEA gelebt [...]. Die schwedische Grundidee lautet: Alle Menschen sind gleich wichtig. Und nur, wenn alle zusammenhalten, können wir etwas erreichen. [...] Hier findest du mehr typisch Schwedisches: Spezialitäten, Feste, Sportarten und unser Wetter. Du wirst erstaunt feststellen, dass es vieles davon wirklich nur in Schweden gibt! (IKEA).

Hier wird gezielt mit Stereotypen gearbeitet. In jedem Geschäftsfeld der Alltagskultur haben die Schweden etwas anzubieten, das weltweit erfolgreich ist: IKEA (Möbel), H&M (Bekleidung), Stieg Larsson (Literatur) usw. (vgl. Die Presse 2010). „There are hardly any product categories or attributes that Sweden is bad at“ (Endter 2009, S. 7). Erwähnenswert ist, dass Stars in Schweden nicht „auf Händen getragen“ und vergöttert werden. Es herrscht kein Patriotismus. Die von IKEA geschilderte Gleichheit<sup>269</sup> ist der schwedischen Kultur immanent. Schwedische Firmen profitieren von dem positiv besetzten Schweden-Image. „Especially unknown brands that seek to enter new markets are dependant on the trust that is given to Sweden. Vice versa, the perception of the country’s economy is vital for the country’s total image“ (Endter 2009, S. 7). Vor allem seit der Pisa-Studie gilt Schweden als Vorbild im Bereich des Bildungs-

---

<sup>269</sup> Die Egalität in Schweden wird dadurch deutlich, dass die Möbel, die IKEA verkauft, recht preisgünstig sind und somit durch eine breite Bevölkerungsmasse erworben werden können (vgl. Breidenbach 1994, S. 102).

systems (vgl. Endter 2009, S. 6). Es gibt also viele Bereiche, die das Schweden-Image beeinflussen. Die schon vorhin erwähnte Studie der Universität Würzburg zum Nordeuropabild kommt zu dem Ergebnis, dass Schweden das beliebteste und bekannteste nordische Land ist. „Während Schweden herausragend bekannt, beliebt und präsent ist, wissen junge Menschen in Deutschland nur sehr wenig über die Geschichte, Gesellschaft, Kultur und Politik der anderen nordischen Länder Dänemark, Norwegen und Finnland“ (vgl. Schrödl 2010). Besonders in Deutschland wird Schweden sehr positiv wahrgenommen und ist beliebt (vgl. Lundberg 2005, S. 154). Insgesamt gesehen ist Schweden das nordische Land, welches die größte Bekanntheit erlangt hat, was durch eine Betrachtung der Googletreffer vom 30. August 2004 deutlich wird: Sweden 21.800.000, Schweden 4.730.000, Norway 16.700.000, Finland 16.800.000, Iceland 8.790.000 und Denmark 16.500.000 (vgl. Lundberg 2005, S. 112). Eine am 7. September 2013 durchgeführte Google-Suche ergab folgendes Ergebnis: Sweden 241.000.000, Schweden 121.000.000, Norway 117.000.000, Norwegen 76.800.000, Finland 154.000.000, Finnland 67.900.000, Iceland 61.700.000, Island 381.000.000, Denmark 125.000.000 und Dänemark 82.100.000. Somit kann das Ergebnis auch neun Jahre später bestätigt werden. Schweden ist das bekannteste nordische Land und hat, wenn man die Google-Suche mit den englischsprachigen Ländernamen betrachtet, teilweise doppelt so viele Treffer erzielt wie die anderen nordischen Länder. Bei der Suche mit den deutschsprachigen Länderbezeichnungen fällt auf, dass hier Island den ersten Platz erreicht. Jedoch hängt dies damit zusammen, dass *Island* auch das englische Wort für Insel ist und somit mehr Googletreffer erzielt werden. Gegenüber den anderen nordischen Ländern kann sich Schweden deutlich durchsetzen. Insgesamt gesehen ist das Schweden-Image durch und durch positiv besetzt und diese sog. *Swedishness* weckt nur positive Konnotationen: idyllisch, friedlich, perfekt, modern, kreativ.

Welches Schwedenbild wird durch schwedische Musik vermittelt? Zunächst stellt sich die Frage, ob überhaupt noch von schwedischer Musik gesprochen werden kann, da der schwedische Musikmarkt zu 80 Prozent von internationalen Musikverlagen beherrscht wird (vgl. Forss 1999, S. 21). Juristisch gesehen handelt es sich bei den in Schweden ansässigen Musiklabels um schwedische Personen, da sie in Schweden registriert sind und Steuern zahlen. Jeder Musiker, der bei einem Majorlabel unter Vertrag steht, unterliegt deren Einflüssen und Vorgaben. So stellt sich die Frage, ob so die Individualität der schwedi-

schen Musiker zerstört wird. Dies kann verneint werden, da die grundlegenden Eigenschaften der Künstler nicht zerstört werden. Wird überhaupt ein Schweden-Image vermittelt, da die schwedischen Bands im Ausland nur auf Englisch singen und es sich nicht um Folkmusik<sup>270</sup>, sondern um moderne Pop- und Rockmusik handelt? Ist schwedische Musik überhaupt schwedisch oder einfach global, ohne jegliche schwedischen Merkmale, und gilt einfach durch das „Image-Makeup“, der *Swedishness*, als schwedisch, so wie die österreichische Tageszeitung *Die Presse* suggeriert (vgl. Die Presse 2010). Burnett ist der Meinung, dass die Schweden viele Jahre lang auf die Musik aus dem Westen geschaut haben und so inspiriert wurden. So sind reine Coverbands entstanden, aber auch Bands, die einen einzigartigen, interessanten schwedischen Sound besitzen (vgl. Burnett 1992, S. 149). Wie sieht dieser aus? Schwedischen Künstlern wird oft eine gewisse schwedische Mentalität nachgesagt, die sich in ihrer Musik und ihrem Image widerspiegeln soll. Ein Merkmal scheint eine gewisse Wehmütigkeit und Melancholie in den schwedischen Songs zu sein. „Das leicht Traurige und Verschlussene“ nannten z. B. Japaner bei einer Umfrage, bei der es darum ging, warum sie schwedische Musik mögen (vgl. Larsen 2000, S. 6). Schwedische Musik enthält oft liebliche, eingängige Melodien, die meistens melancholisch sind. Der schwedische Kulturjournalist Andres Lokko ist der Meinung, dass bei der schwedischen Populärmusik im Allgemeinen die Melodien<sup>271</sup> im Vordergrund stehen, an der Melodie<sup>272</sup> könne man schwedische Musik erkennen (vgl. Wiles 2007). „[...] Holger Jensen, professor of music at Stockholm University declares that Swedes have an inborn ability to write melodious music“ (Ikram 2009). Sandgren verglich Songs berühmter

<sup>270</sup> Die schwedischsprachigen Folksongs werden schon sofort aufgrund der Sprache als schwedisch wahrgenommen. „Låtar av till exempel Evert Taube och Cornelis Vreeswijk blir partyvisor och allsång i Sverige. De sjungs på bröllop, begravningar och inspirerar ständigt nya generationer. Många svenska rockmusiker från Ulf Lundell till Håkan Hellström och Lars Winnerbäck hyllar den svenska vistraditionen, och bekänner sitt beroende av den“ (Lilliestam 2010).

<sup>271</sup> Auch die typischen Melodien und Songs der Verfilmungen der von Astrid Lindgren verfassten Bücher haben sicherlich dazu beigetragen, dass Schweden für seine Melodien bekannt ist.

<sup>272</sup> Interessant ist die Frage, welche amerikanischen und englischen Hits z. B. in den 60er Jahren nach Schweden importiert wurden, da nur 14 der 65 englischen und amerikanischen Millionenhits im Jahr 1960 in den Verkaufslisten des *Bildjournalen* vorkamen. Meist wurde dies wohl durch den Zufall bestimmt, aber es gab die Tendenz, dass besonders melodische, weichere Stilvarianten in Schweden beliebter waren als in England oder den USA (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 92). „Exempelvis var den folkmusikalliskt orienterade trenden genomgående framgångsrik“ (Brolinson/Larsen 1984, S. 92). Die mehr schlagerorientierten Songs von Elvis Presley verkauften sich z. B. besser als die rockigeren (vgl. Brolinson/Larsen 1984, S. 93).

schwedischer Popgruppen mit Kinderreimen und stellte dabei viele Parallelen fest, so dass er zur Schlussfolgerung kommt, dass viele Popsongs melodische Formeln enthalten (vgl. Sandgren 2000). Schwedische Popbands haben ein Gespür für außergewöhnliche Melodien (vgl. Svenska Institutet 2008, S. 1). Die schwedischen Bands sind sehr melodisch, was wichtig für das Radio ist, da Radio von Melodie lebt und außerdem sind die Bands sehr professionell (vgl. MDR Sputnik 2008b, 0min16s-0min32s). Es könnten noch viele weitere Quellen genannt werden, die auf die außergewöhnliche Neigung der Schweden zu Melodien hinweisen. Dies ist somit ein Merkmal schwedischer Musik. Obwohl die schwedischen Produzenten weltweiter Hits, wie schon erwähnt, unter englisch-klingenden Pseudonymen arbeiten, sind ihre Songs unverkennbar Schwedisch. „[...] [M]ost Swedish songwriters are, consciously or not, steeped in the clear, strong melodies that stem from Swedish folk music“ (Gradvall 2004b, S. 9). Jonas Berggren, Mitglied von Ace of Base, hat eine interessante Theorie, warum man in Schweden so viel singt. Die schwedische Sprache sei sehr melodios und klinge deshalb sehr musikalisch, im Gegensatz zu den härteren Sprachen Deutsch oder Dänisch. Deshalb habe man in Schweden schon eine lange Musiktradition und sei einfach musikalisch (vgl. Behrens 1994, S. 18f.) Die Melodität lässt sich also aus der Sprachmelodie des Schwedischen herleiten. „Aber die gegenwärtige Populärmusik aus Schweden ist komplex, und oft haben die Musiker und Künstler nur gemeinsam, dass sie zufällig in diesem Land geboren wurden“ (Svenska Institutet 2008, S. 2). Der Einsatz von bestimmten Mollklängen und einer gewissen Melancholie wird mitnichten jedem Song schwedischer Musiker und Bands immanent sein. Oftmals wurde die schwedische Musik von ausländischen Medien auch kritisiert und als „placeless“, international und inauthentisch bezeichnet. Die international erfolgreichen Bands klingen nicht schwedisch. Mäkelä begründet diese negativen Konnotationen mit dem Neid auf das schwedische Popwunder. Insgesamt gesehen wird es als negativ wahrgenommen, wenn Nationalität und nationale Identität fehlen (vgl. Mäkelä 2007, S. 112). Es gibt auch viele schwedische Songs, die positive Gefühle auslösen und nicht von Melancholie geprägt sind, so z. B. der Song *Waterloo* von ABBA. Vor allem ABBA hat innerhalb der Populärmusik ein Schwedenbild erzeugt. „Med segermelodin *Waterloo* i European Song Contest i Brighton 1974 lade Abba grunden för ett nytt omskrivet inslag i Sverigebild – populärmusiken“ (Lundberg 2005, S. 90). Es ist allgemein bekannt, dass ABBA eine schwedische Band ist (vgl. Lundberg 2005, S. 195). Schwedischer



Musik wird oft das Merkmal qualitativ hochwertig zugeschrieben, was sicherlich mit ABBA zusammenhängt. In Kapitel 3.1.3.1 wurde dargestellt, dass ABBA ein Hauptaugenmerk auf eine hohe Qualität ihrer Musik legt. Die Herkunft aus Schweden ist mittlerweile zum Qualitätssiegel innerhalb der Musikbranche geworden (vgl. Deibel). Auch in Kapitel 4.1.3.3 wurde schon deutlich, dass Politiker mithilfe des schwedischen Musikexportes das Schwedenbild im Ausland positiv beeinflussen wollen. Hat schwedische Musik das gesamte Schweden-Image beeinflusst und verändert? Das Schwedische Institut betont, dass ABBA, zusammen mit Björn Borg und anderen berühmten Schweden der 70er Jahre, das Schweden-Image beeinflusst, weil diese immer noch von den meisten Menschen mit Schweden assoziiert werden (vgl. Strömberg 2011). In diesem Zusammenhang ist der Begriff *Nation branding*, der vom Schwedischen Institut verwendet wird, von Bedeutung.

Schwedische Künstler sind ein Teil des Marketings Schwedens. Somit arbeitet das Schwedische Institut auch oft mit schwedischen Musikern zusammen und organisiert Tourneen<sup>273</sup>. Das Schwedische Institut nutzt die schwedische Musik dazu, um Schweden als Marke zu stärken (vgl. Strömberg 2011). Somit wird die schwedische Musik als Imagefaktor eingesetzt (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 66). Außerdem gelten die schwedischen Musiker als sehr gutaussehend und besonders unter weiblichen Jugendlichen sind die schwedischen Musiker – vor allem Rock- und Popmusiker – sehr beliebt. Dies lässt sich auf den Konzerten erkennen, auf denen ein großer Anteil weiblicher Fans zu finden ist. Man kann sicherlich feststellen, dass durch schwedische Musik im Ausland über Schweden gesprochen wird und Schweden so bekannter wurde. Außerdem ist das Schwedenbild positiv konnotiert und „[...] [j]u mer positiv den är, desto större är chansen att även den nya produkten/artisten/svensken får ett positivt bemötande“ (Van der Weyden 2007).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Ausländer aufgrund der (Musik-)Geschichte – insbesondere durch ABBA – und aufgrund der durch Astrid Lindgrens Kinderbücher erzeugten romantischen Vorstellungen ein positives Bild von Schweden und seinen Produkten haben. Dieses wird von schwe-

---

<sup>273</sup> 2009 spielte Titiyo auf dem Festival ÅÄÖ, das u. a. vom Schwedischen Institut und ExMS organisiert wurde. Sie wurde danach gefragt, ob sie sich als Botschafterin für Schweden versteht und das moderne und kreative Schwedenbild vermittelt. Sie verneinte dies, hat aber den Eindruck, dass die Menschen ein positives Bild von schwedischer Musik haben (vgl. Strömberg 2011). Titiyo: „Jag känner mig väldigt svenskt, men ambassadör, haha, nej, det är jag inte“ (Strömberg 2011).



dischen Musikverlagen und Marketingagenturen genutzt, um ihre Produkte weltweit zu vermarkten. Der Musikexporterfolg wird somit zum Nation branding eingesetzt. Schweden wird als Marke vermarktet.

In der heutigen globalisierten Welt konkurrieren Länder, Regionen und Städte verstärkt weltweit um die Gunst von Investoren, Konsumenten, Touristen, hochqualifizierten Arbeitskräften und vor allem jungen Menschen. Unter diesen Rahmenbedingungen entscheiden immer stärker ein möglichst hoher Bekanntheitsgrad sowie ein möglichst gutes internationales Renommee über die Zukunftsfähigkeit eines Landes. Das „Nation Branding“, also die Vermarktung eines Landes als Marke, gewinnt ebenso wie offizielle Länder-Rankings an Bedeutung (Schrödl 2010).

Die Herkunft aus Schweden ist zum Gütesiegel avanciert. Nur wenn sich das Publikum mit etwas identifizieren kann, kann man erfolgreich sein. Schwedische Musik wird oft als sehr melodiös und melancholisch charakterisiert, man kann also von schwedischer Musik sprechen, die sich von anderen Ländern abgrenzt. Es gibt schwedische Merkmale in der Musik, ob und wie diese im Ausland wahrgenommen werden, ist nur schwer evaluierbar. Werden alle erfolgreichen schwedischen Bands auch als schwedische Bands wahrgenommen, wie dies bei ABBA der Fall ist? Es wird auf jeden Fall versucht, schwedische Bands auch als „schwedisch“ zu vermarkten, die *Swedishness* zu betonen und sie nicht als angloamerikanische Bands zu vermarkten, was sicherlich aufgrund der meist hohen Qualität der Songs auch möglich wäre. Das positive Image, welches Schweden im Ausland hat, wird für die Vermarktung schwedischer Musiker im Ausland genutzt, gleichzeitig haben die schwedischen Musiker Einfluss auf das Image Schwedens im Ausland und vermitteln ein positives Schwedenbild durch ihre Musik.

#### **4.1.3.7 Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien**

Im Folgenden wird untersucht, welche Rolle die Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien für den Musikexporterfolg spielen. Dies haben die Forscher in ihren Ausführungen zum schwedischen Musikexport nicht berücksichtigt. „Erfolgreiche Musiker müssen mehr können, als nur Musik zu machen“ (Kachelrieß 2008, S. 12). Es reicht nicht aus, wenn Musiker nur Musik machen, wenn sie erfolgreich werden wollen. Sie oder die Schallplattenfirmen müssen sich darum kümmern, wie ihre Musik verbreitet und vermarktet werden kann. Die Medien spielen eine große Rolle, wenn es um die Verbreitung und Vermark-

tung von Musik geht. Massenmedien sind wichtig, um Stars zu kreieren (vgl. Risse 2008, S. 5). Sie bieten den Musikern eine Plattform, auf der sie sich vermarkten können. Musikvideos und Musikfernsehen dienen als Marketinginstrument und halfen der Musikindustrie aus der sich seit 1979 abzeichnenden Absatzkrise (vgl. Risse 2008, S. 138). Das für die Musikindustrie Gute ist, dass die Musikvideos von den Rezipienten nicht als Werbeträger wahrgenommen werden (vgl. Risse 2008, S. 140). Kooperationen zwischen der Musikbranche und der Werbebranche sind üblich geworden. Beispiele hierfür sind der Song *Jerk It Out* von Caesars, der in der Renaultwerbung eingesetzt wurde oder der Song *Oh Boy* von Miss Li, der in der Volvowerbung verwendet wurde (vgl. <http://www.reklammusik.se/?q=node/5245>; <http://www.reklammusik.se/?q=node/6105>). Die Vorteile, die es haben kann, wenn ein Song eines Musikers in einem Werbespot eingesetzt wird, liegen auf der Hand. Auf der einen Seite natürlich die finanzielle Entschädigung und auf der anderen Seite wirbt der Musiker so auch für seine Musik und diese wird einem großen Publikum zugänglich gemacht. Auch sein Image kann ein Musiker durch die Kooperation mit der Werbung beeinflussen. Wenn Musik im Ausland bekannt gemacht werden soll, sind aufwendige Marketing- und Promotionaktivitäten für die Labels sehr wichtig (vgl. Scholz 2007, S. 15). Es gibt viele Möglichkeiten der Promotion. Beliebt ist das Merchandise, dort werden z. B. T-Shirts oder Taschen mit dem Logo der Band verkauft, Internetpräsenz, Werbung im Fernsehen, Internet, Presse, Facebook, Myspace. Auch Promotion-CDs sind wichtig, diese gehen in den Handel und an die Presse (vgl. Scholz 2007, S. 57). Es wird also deutlich, dass die Möglichkeiten, Musiker bekannt zu machen und Musik zu promoten, sehr vielfältig sind. Bei den Majorlabels gilt die Faustregel, „[...] dass pro erhoffter verkaufter Einheit 2,50 Euro für Marketing ausgegeben werden“ (Scholz 2007, S. 56). Die Indie-Labels sollten einen bis 1,50 EUR pro erwarteter verkaufter Einheit für das Marketing ausgeben (vgl. Scholz 2007, S. 57). Hier wird deutlich, dass die Schallplattenfirmen viel Geld für das Marketing ausgeben. Dies unterstreicht die Wichtigkeit, die das Marketing hat, um Musiker erfolgreich zu machen.

Risse stellt die These auf, dass jeder Song mit entsprechender kommunikativer Einbettung zum Hit werden kann (vgl. Risse 2008, S. 5). „Helden werden gemacht“ (Kachelrieß 2008, S. 12). Kommunikation ist also notwendig für den Erfolg eines Popsongs. „Das Marketing ist in der Lage, die Verkäufe anzuschieben, es ist aber auf keinen Fall in der Lage, künstlerische Substanz zu ge-

nerieren“ (Petras 2011, S. 159). Petras widerspricht somit der These von Risse. Nicht jeder Song könne zum Hit werden, die künstlerische Substanz müsse auf jeden Fall vorhanden sein. Das Marketing könne die Verkäufe nur anschieben. Ist Inszenierung für die Rezipienten von Popmusik wichtiger als künstlerische Substanz? (vgl. Risse 2008, S. 5f.) „Man erkennt einen Hit, auch ohne von seiner Chartplatzierung zu wissen“ (Petras 2011, S. 233). Dies ist eine wichtige Frage, die sich stellt, wenn man darüber diskutiert, warum ein Song erfolgreich ist und was Erfolgsfaktoren sind. Das Image ist wichtig, um aus Musikern Stars zu machen und die Starkarriere zu pflegen (vgl. Risse 2008, S. 35). Dass nahezu jeder Song zum Hit werden kann, lässt sich an den Klingeltönen, singenden Krokodilen und quakenden Fröschen erkennen, auf die schon in Kapitel 2.2 hingewiesen wurde. Durch geschicktes Marketing können qualitativ minderwertige Songs oder selbst Klingeltöne zu Hits gemacht werden. Dies soll aber nicht heißen, dass die künstlerische Substanz und die Qualität der Songs unwichtig sind. Es soll die Wichtigkeit von Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien betont werden, die auch einen anspruchslosen Song zum Hit machen können.

Die Digitalisierung hat Veränderungen im Bereich der Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien mit sich gebracht. Die Tourneen haben vor der Digitalisierung der Musik und dem dadurch entstehendem Downloadgeschäft (ob nun illegal oder legal) die Alben der Musiker promotet. Heute stellen Konzerte eine der Haupteinnahmequellen dar. Die beste Möglichkeit, um für ein emotionales Produkt wie Musik zu werben, sind Live-Konzerte. Konzerte sind insbesondere für die internationale Vermarktung von Musik wichtig (vgl. Scholz 2007, S. 58). Auch das Radio ist ein beliebtes Marketinginstrument der Plattenfirmen. Früher gab es nur die Möglichkeit, ein Musikalbum durch das Radio zum Hit zu machen. In den 80er Jahren kam dann das Musikfernsehen dazu (vgl. Anderson 2007, S. 117). MTV ist ein werbewirksames Medium, das u. a. der US-Musikindustrie in den 80er Jahren einen Aufschwung bescherte (vgl. Pendzich 2004, S. 345). Durch das Internet hat sich nun auch der Vertrieb von Musik geändert. Durch YouTube oder iTunes sind die internationalen Vertriebswege einfacher geworden. Viele Musiker verbreiten ihre Musik über das Internet. Als Beispiel kann hier der schwedische Künstler Jonas Erik Altberg genannt werden, der unter dem Namen Basshunter bekannt wurde. Er produzierte 1999 und 2004 jeweils ein Album, welche er auf seiner Homepage als mp3-Download anbot. Während diese Art der Verbreitung, das Anbieten von Musik als mp3-

Download, heutzutage als normal und nicht mehr wegzudenken gilt, galt es 1999 als modern und beinahe revolutionär. Basshunter wurde durch die Verbreitung seiner Musik im Internet langsam bekannt und hatte mit dem Song *Boten Anna*, wie schon in Kapitel 3.1.6 ausgeführt wurde, seinen internationalen Durchbruch. Er hatte den Song auf mehreren Videoplattformen hochgeladen und immer mehr Menschen hatten sich diesen angehört, heruntergeladen und weiter im Netz verbreitet. Basshunter zählte Ende 2007 und Anfang 2008 zu den gefragtesten Acts in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Myspace. Seine YouTube-Videos haben mehrere Millionen Klicks (vgl. <http://www.basshunter.se/bio/>). „When Basshunter reached 50,000 friends on MySpace, he celebrated by releasing 'Beer in the Bar – MySpace Edit' and chatting via webcam with fans causing several crashes in the network he was in“ (<http://www.basshunter.se/bio/>). Basshunter nutzt das Internet somit zur Interaktion mit seinen Fans und als Vertriebs- und Werbeplattform, auch seine Songs haben fast alle einen Bezug zu Internetaktivitäten und sprechen somit eine große Masse von Internetnutzern an. Eins seiner bekanntesten Lieder trägt den Namen *Dota*, dabei handelt es sich um eine Version des Onlinespiels *World of Warcraft*. In dem Song singt Basshunter über die Spieler dieses Onlinespiels. Es kann geschlussfolgert werden, dass Basshunter trotz der schwedischsprachigen Songs internationale Erfolge erreichte, weil er die Verbreitungsmöglichkeiten des Internets sehr früh erkannte und nutzte und gleichzeitig über die digitale Welt sang. Dadurch, dass es sich um Dance-Songs handelt, ist der Text eher unwichtig, da er bei Basshunter nur aus wenigen Wörtern und Sätzen besteht. Durch seine Videos wird auch den nicht schwedischsprachigen Hörern deutlich, worum es in dem jeweiligen Song geht.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien wichtig für den Erfolg eines Musikers und somit auch für den Musikexporterfolg sind. Die schwedischen Musiker und auch die Schallplattenfirmen haben dies erkannt und nutzen die vielfältigen Möglichkeiten, um ihre Musik zu promoten. Dabei ist es sinnvoll auch das Schweden-Image, welches im vorherigen Kapitel behandelt wurde, zu verwenden.

#### **4.1.3.8 ABBA-Effekt**

Ein weiterer Grund für den Erfolg des schwedischen Musikexportes wird in der Sekundärliteratur als Björn Borg-Effekt bezeichnet. Tennisspieler, wie Stefan

Edberg oder Mats Wilander, wurden durch den Erfolg Björn Borgs inspiriert und versuchten in seine Fußstapfen zu treten (vgl. Lilliestam 1998, S. 138). Anfangs schien Björn Borg der einzige Schwede zu sein, der enormen Erfolg hatte. Aber dies änderte sich spätestens ein Jahrzehnt später, als diejenigen, die die Erfolge von Björn Borg verfolgt hatten, selbst so erfolgreich wurden. „And like their idol, their ambition wasn't limited, as with earlier generations, to being best in their own country – they wanted to be world-beaters“ (Gradvall 2004b, S. 28). Genauso wurden auch andere Musiker durch die internationalen Erfolge ABBA und später auch Roxettes und Europes beeinflusst und diese internationalen Erfolge waren ein Ansporn für die schwedischen Musiker der 90er Jahre, eine internationale Karriere zu starten (vgl. Lilliestam 1998, S. 138). Normalerweise träumte man in den 70er Jahren in Schweden nicht davon, im Ausland erfolgreich zu werden, Benny Andersson und Björn Ulvaeus taten dies trotzdem, weil sie in Schweden schon sehr erfolgreich waren und auch weltweit erfolgreich werden wollten. Aus diesem Grund gründeten sie die Band ABBA (vgl. N'Goma 2012). Europe war die erste nachfolgende international erfolgreiche Band, danach folgte z. B. Roxette. Der Erfolg Europes fiel mit der Geburt von MTV zusammen, dies war die erste Gelegenheit für Musiker, die nicht aus Großbritannien oder den USA kamen, ihre Musik zu den nahezu gleichen Bedingungen in der Welt zu verbreiten (vgl. Gradvall 2004b, S. 29). „The children of ABBA were ready to show the world their stuff“ (Gradvall 2004b, S. 29). ABBA wird von Anders Hjelmtorp, der 16 Jahre lang Chef der Schallplattenfirma Virgin war, als „[...] Initialzündung eines gigantischen musikalischen Apparates, der jährlich effektiver und größer wird“ (Deibel) gesehen. Hier kann nicht bestritten werden, dass dies tatsächlich der Fall sein kann und gewesen ist, dass Musiker durch ABBA dazu inspiriert wurden, selbst zu versuchen, international erfolgreich zu werden. Der sog. Björn Borg-Effekt, der im Zusammenhang dieser Dissertation in ABBA-Effekt umbenannt wird – dieser Begriff hat sich auch schon in den Medien<sup>274</sup> und in der Sekundärliteratur durchgesetzt – lässt sich dadurch nachprüfen, indem die schwedischen Musiker, die versuchen, eine internationale Karriere zu beginnen, befragt werden, ob die Erfolge anderer schwedischer Musikstars sie dazu bewegt haben. Auf die Frage, warum der schwedische Musikexport so erfolgreich ist, antwortet die Band Ace of Base, dass die Schweden Idole, wie z. B. Europe, Roxette oder ABBA, haben

---

<sup>274</sup> Vgl. z. B. Groß 2001.



(vgl. Behrens 1994, S. 18). Jenny Berggren von Ace of Base führt an: „Wenn man zum Beispiel aus Finnland kommt und mit einem Song nach Zürich geht, dann interessiert das niemanden, weil einfach keiner je von finnischer Musik gehört hat“ (Behrens 1994, S. 18). Genauso war es auch noch in den 70er Jahren der Fall, als die Musikindustrie Bands schwedischer Herkunft noch auslachte und ihnen nicht zutraute, weltweit erfolgreich zu werden (vgl. N’Goma 2012). Durch die Erfolge ABBA änderte sich dies. Unbestritten ist, dass Erfolg ansteckt. Er stellt einen Ansporn für die kommenden Generationen dar, die beobachtet haben, welche großen Erfolge Bands wie ABBA, Roxette, Ace of Base oder heutzutage The Hives oder Mando Diao haben. Ob diese Ansteckung bewusst oder unbewusst geschieht, ist schwierig zu beantworten. Nach den Erfolgen von ABBA, den nachfolgenden Bands Roxette und Ace of Base und den zahlreichen weiteren international erfolgreichen Musikern konnte niemand mehr schwedische Musik einfach beiseiteschieben. Durch den internationalen Erfolg ABBA verbindet man eine begeisterte und positive Haltung allem gegenüber, das aus Schweden kommt. ABBA steht für globalen musikalischen Erfolg, so dass zu schwedischen Gruppen unwissentlich vorbelastet eine positive Einstellung eingenommen wird. Man kann den ABBA-Effekt auch mit dem Effekt vergleichen, den die Beatles in den 60er Jahren hatten. „Med The Beatles’ enorme suksess i USA åpnet det seg også muligheter for andre engelske band, og 1964 blir gjerne kalt året for ‚The British Invasion’“ (Hagen 1986, S. 19). Ohne ABBA wäre schwedische Musik sicherlich nicht so erfolgreich im Ausland geworden. Durch ABBA entstand ein Bewusstsein dafür, dass auch schwedische Musik im Ausland erfolgreich und Schweden ein erfolgreicher Musikexporteur sein kann. Aber was verbindet man heutzutage mit ABBA? Ist ABBA nicht schon veraltet? 2013 wurde z. B. in Stockholm ein ABBA-Museum eröffnet (<http://www.abbathemuseum.com/#start>). Dies zeigt, dass ABBA auch in der heutigen Zeit noch auf großes Interesse stößt. ABBA ist eine der weltweit erfolgreichsten Popbands und wird auch heutzutage noch viel beachtet und es wird weiterhin in den Medien über die ehemaligen Bandmitglieder berichtet, nicht nur in Schweden, sondern auch im Ausland. Wirkt sich der ABBA-Effekt heute noch auf die schwedischen Bands aus oder sind nun an die Stelle ABBA andere Bands gerückt, so dass man den Effekt z. B. in Mando Diao-Effekt umtaufen sollte? Der Erfolg ABBA stellt den Anfang des Erfolges des schwedischen Musikexportes dar. Die Band war dafür verantwortlich, dass schwedische Musiker entdeckten, dass man im Ausland erfolgreich



sein kann und auch versuchten, im Ausland Erfolge zu feiern. Der Effekt sollte somit weiterhin ABBA-Effekt genannt werden, doch beeinflussen nun auch andere schwedische Bands die nachfolgenden Musikergenerationen. Viele schwedische Musiker sind im Ausland erfolgreich, die nachfolgende Musikergeneration nimmt diese als Vorbild und versucht, im Ausland erfolgreich zu werden. Durch die große Menge an Bands besteht ein großer Wettbewerb, so dass sich nur die besten und innovativsten auf dem Musikmarkt durchsetzen. So bleibt die schwedische Musik weiterhin qualitativ hochwertig und es gibt genügend Nachwuchsmusiker, die das Ausland mit ihrer Musik erobern wollen.

#### 4.1.3.9 Weitere Faktoren

Weitere Faktoren, die für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich gemacht werden können, sind die geringe Einwohnerzahl Schwedens und der kleine Heimatmarkt. Durch Schwedens im Vergleich zu Deutschland und anderen europäischen Ländern geringe Einwohnerzahl hat Schweden nur einen sehr kleinen Heimatmarkt und somit sind fast alle Berufsgruppen auf Kontakte außerhalb Schwedens angewiesen (vgl. Gradvall 2004a, S. 3). „Schweden ist so klein, da sei man es einfach gewöhnt, dass man reisen muss, um auf sich aufmerksam zu machen: Promotion, Touren, Interviews, das Publikum suchen“ (Deibel).<sup>275</sup> Der Heimatmarkt ist so winzig, dass die Musiker über die Grenzen des Landes hinausgehen müssen (vgl. Gradvall 2004b, S. 34ff.) Wenn über die Erfolge skandinavischer Musiker berichtet wird, spielt oft die geringe Einwohnerzahl im Vergleich zu anderen europäischen Ländern eine Rolle. Häufig fragen sich die Journalisten, warum der Musikexport trotz der geringen Einwohnerzahl des jeweiligen Landes so erfolgreich ist. Aber ist eine geringe Einwohnerzahl überhaupt ein Nachteil? Natürlich gibt es automatisch einen kleineren Kreis von Musikern. Aber überwiegt nicht der Vorteil, dass sich aufgrund eines kleineren Kreises von Musikern viele Musiker untereinander kennen und sich so auch gegenseitig unterstützen können?

Internationalität ist „[...] ein wichtiges Element der schwedischen nationalen Identität [...]“ (Herzog 2010, S. 329). Das Touren wirkt sich positiv auf die Kreativität aus, da es neue Impulse bringt. Außerdem verhilft das häufige Tou-

---

<sup>275</sup> Hier wird auch wieder deutlich, dass es für Schweden wichtig ist, mindestens eine Fremdsprache zu sprechen, da sie, um internationalen Erfolg zu haben, viel im Ausland unterwegs sein müssen.

ren zu verbesserter Routine (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 67). Schon früh spielte der Export für Schweden aufgrund des kleinen Heimatmarktes eine große Rolle und die Schweden denken bereits lange global (vgl. Die Presse 2010). Dieses globale Denken ist wichtig, denn der Musikmarkt ist ein globaler Markt (vgl. Eggert/Kaminski/Koch 2001, S. 188). Schon in den 60er Jahren merkten die schwedischen Musiker, dass man in Schweden selbst keine große Chance hatte, viel Geld zu verdienen (vgl. Rasmusson 1988, S. 147). Selbst in kleinen schwedischen Städten gab und gibt es zwar lebendige Musikszene wie im Folgenden noch näher ausgeführt wird, jedoch gibt es in Schweden aufgrund der geringen Einwohnerzahl und der wenigen Großstädte eine begrenzte Zahl an Auftrittsmöglichkeiten, mit denen man ein großes Publikum erreichen kann. Dort kann man nicht so häufig auftreten, sonst langweilt sich das Publikum. Deswegen spielten in den 60er Jahren Bands wie z. B. Tages in Norwegen und Dänemark. Wenn man aber ernsthaft Erfolg haben und Geld verdienen wollte, musste man in die USA oder nach England gehen. In den 60er Jahren gelang dies zwar noch fast keiner schwedischen Band, jedoch war schon damals bei den schwedischen Bands das Bewusstsein vorhanden, dass man aufgrund des kleinen schwedischen Heimatmarktes ins Ausland gehen musste, um viel Geld mit der Musik verdienen zu können (vgl. Rasmusson 1988, S. 147). Das Swedish National Council of Cultural Affairs gründete 1976 ein Komitee, welches die Unterstützung der Regierung anforderte, da es aufgrund des kleinen Heimatmarktes schwierig ist, „[...] to support financially both the output of ‘international’ music and a diversified output of Swedish music on phonogram“ (Wallis/Malm 1984, S. 11). Die Schwierigkeiten, die ein kleiner Heimatmarkt mit sich bringt, waren den Schweden schon früh bewusst. Der kleine Heimatmarkt ändert aber nichts daran, dass die Musikszene in Schweden sehr lebendig ist, es gab nur einfach nicht viele große Konzerthallen, dafür viele Auftrittsmöglichkeiten, bei denen nur wenige Zuschauer Platz hatten. Schon in den 60er Jahren wurde Halmstad als das „schwedische Liverpool“ bezeichnet. Dabei bezog sich die schwedische Presse auf die lebendige Musikszene in Halmstad, die dazu führte, dass die Stadt in ganz Schweden bekannt wurde (vgl. Lundgren/Wikström 1994, S. 13).

Eines der bekanntesten Rockfestivals Schwedens, das Hultsfred, findet jedes Jahr in einer kleinen Stadt mit nur 6.000 Einwohnern statt. Seit den 80er Jahren hat Hultsfred eine aktive Rockszene. Diese ist so lebhaft, dass hunderte bekannte internationale Musiker in Hultsfred Konzerte gaben (vgl. Gradvall

2004b, S. 6). Es ist typisch für die schwedische Rockszene, dass selbst die kleinsten Provinzstädte Konzertpromoter haben, die Konzerte für ausländische und lokale Bands organisieren (Gradvall 2004b, S. 4ff.) Die schwedische Tundra ist nicht so leer und still wie es auf den ersten Blick scheint (vgl. Gradvall 2004b, S. 6). „Boredom can apparently be a stimulating thing“ (Gradvall 2004b, S. 6). Dass sich viele Bands in kleinen Städten gegründet haben, könnte an der Langeweile und dem Fehlen von anderen Unterhaltungsmöglichkeiten liegen. Vielleicht sind es schließlich tatsächlich auch die kalten Winter in isolierten Kleinstädten, ein gutes Gemeinschaftsgefühl, eine beträchtliche Arbeitsmoral und hochmotivierte Mitwirkende, die das musikalische Sonderereichen des Landes ausmachen, mit dem sich Schweden auf dem internationalen Parkett darstellt. Die Volksparks, die es so wohl nur in Schweden gibt, haben dazu beigetragen, dass in Schweden das Rockfieber in den 50er Jahren entstanden ist. 1956 waren offiziell 246 Volksparks registriert, Schätzungen gehen aber sogar von 400 bis 700 aus. In diesen Volksparks traf sich vor allem die Arbeiterklasse, um z. B. zu tanzen und Musik zu hören<sup>276</sup> (vgl. Lundberg 2007, S. 30). Die Volksparks spielen eine wichtige Rolle, einheimische wie auch ausländische Populärmusik zu vermitteln (vgl. Andersson 2001, S. 247). Dadurch, dass es die Volksparks nicht nur in den größeren schwedischen Städten gab und gibt, müssen die Jugendlichen, die auf dem Land wohnen, keine weiten Wege zurücklegen, um ihre Idole zu sehen und um Konzerte zu besuchen. Diese Volksparks zeigen auf der einen Seite, dass in Schweden schon früh eine lebendige Musikszene entstanden war – in den Volksparks fanden oft Konzerte statt – und zum anderen zeigen sie die in Schweden herrschende Musikalität und die Musiktradition, denn in den Volksparks wurden auch oft traditionelle Folksongs gesungen. Hier zeigen sich zwei Faktoren, die den Musikexporterfolg Schwedens beeinflussen: die außergewöhnliche Musikalität der Schweden und die Musiktradition (folksongs). Durch die Volksparks wird die musikalische Tätigkeit angeregt. Sie besitzen auch heute noch eine große Bedeutung für das schwedische Musikleben. Die traditionelle Folkmusik hat ihre Wurzeln in der Agrargesellschaft, die bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts vorherrschend war. Bei der Arbeit auf den Farmen, besonders, wenn die Rinder in den Sommermonaten auf die Weiden geführt wurden, wurden die Rufe gesungen und

---

<sup>276</sup> Anfangs waren die Volksparks als Ort für politische Treffen und zur Erholung gedacht. Sie erhielten jedoch schnell die Funktion als Vergnügungsstätte (vgl. Andersson 2001, S. 247).

Hörner als Signalton verwendet. Hölzerne Flöten wurden benutzt, um in der freien Zeit Musik zu machen. Dies ist eine der ältesten Methoden der nordischen Länder, Musik zu machen (vgl. Wallis/Malm 1984, S. 28).

A division can be made between secular and religious songs in Swedish folk music. Songs were used at work and play, normally without instrumental accompaniment. Over the past 100 years, instruments such as the zither and the guitar have been gradually introduced as accompaniments. In the religious sector, Lutheran chorals and from the mid-nineteenth century, non-conformist hymns have dominated (Wallis/Malm 1984, S. 28).

Die Folkmusik hat somit eine lange Tradition.

Es singen zwischen 500.000 und 600.000 Menschen in einem Chor<sup>277</sup> (vgl. Durrant 2003, S. 46). „Sweden has a strong and enviable choral singing tradition“ (Durrant 2003, S. 46). Dies zeigt, dass viele Schweden musikalisches Engagement zeigen. „According to Boel Rydena, the managing director of Nordic MTV, Swedes are very musical and love to sing perhaps because they are exposed to it at an early age. Music making is an art in Sweden“ (Ikram 2009). Schweden gilt als musikalisches Land und die Musik ist in der Kultur Schwedens präsent. „In Deutschland hört es sich vielleicht interessant an, wenn jemand erzählt, dass er in einer Band spielt. In Schweden kann man damit kaum noch punkten: Zur Gitarre greifen und Popstar werden wollen, das ist hier nichts Besonderes. Es gibt kaum jemanden, der nicht ein Instrument beherrscht oder zumindest jemanden kennt, der in einer Band spielt“ (vgl. Jahnke 2010, S. 47). Der Erfolg schwedischer Musik hat Sandgren zufolge kulturelle und historische Ursachen (vgl. Sandgren 2000). Auch die politische Situation der nordischen Länder nach dem Zweiten Weltkrieg hat die musikalische Entwicklung, Ausbildung und Kultur verändert. Nach dem Krieg orientierten sich die nordischen Länder schnell an der internationalen Avantgarde, da man nun nicht mehr isoliert war und internationale Kontakte wiederaufnehmen konnte. Andersson betont, dass die neuen musikalischen Strömungen aus dem Ausland sich in Schweden schneller durchsetzten als in den anderen nordischen Ländern (vgl. Andersson 2001, S. 247). Man war in Schweden bereit, Neues aufzunehmen und hatte dort nicht das Verlangen nach einer starken Nationalromantik.

---

<sup>277</sup> Es stellt sich die Frage, warum so viele Schweden in einem Chor singen. Durrant zufolge wurden Chöre „[...] even formed by the 'non-drinking' movement in Sweden and perhaps formed respite from dark days and long winter evening“ (Durrant 2003, S. 46).

In der Sekundärliteratur werden außerdem das besondere Talent der Schweden kommerzielle Popmusik zu kreieren, die Meinungsfreiheit und die gute Arbeitsmoral der Schweden für den Musikexporterfolg verantwortlich gemacht (vgl. Musiksverige 2014, S. 5). Bei dem Talent der Schweden handelt es sich um einen nur schwer evaluierbaren Faktor, welcher nicht wirklich fassbar ist. Falls die Schweden wirklich ein Talent für kommerzielle Popmusik haben, wirkt sich dies natürlich auf den Musikexporterfolg aus. Wie die Meinungsfreiheit in Schweden sich auf den Musikexporterfolg auswirken soll, ist nur schwer nachzuvollziehen. Eine gute Arbeitsmoral ist hingegen sicherlich förderlich für den Musikexport.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich der kleine Heimatmarkt, die frühe internationale Orientierung und das Aufnehmen von neuen musikalischen Strömungen, die lebendige Musikszene, die oft genannte Langeweile, die zu erhöhtem Musizieren führt, die Volksparks, die Musiktradition, die Musikalität der Schweden sowie das besondere Talent der Schweden für Popmusik und eine gute Arbeitsmoral positiv auf den schwedischen Musikexport auswirken können.

## **4.2 Deutschland und der Musikexport**

Während man sich in Schweden und auch international mit der Größe des schwedischen Musikexportes befasst hat, ist das Thema *Deutscher Musikexport* nicht annähernd so präsent, weder in den Medien noch innerhalb der Politik. Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem deutschen Musikexport, denn dieser ist – wie in Kapitel 3.2 deutlich geworden ist – erfolgreich. Welchen Platz belegt der deutsche Musikexport im internationalen Vergleich? Kann man den deutschen Musikexport überhaupt messen, denn schon Kapitel 4.1 zeigte die Schwierigkeiten auf, die auftreten, wenn man die Größe eines Musikexportes messen will. Es werden im Folgenden die zum Musikexport vorhandenen Statistiken kritisch beleuchtet und gleichzeitig werden vor allem die Besonderheiten des deutschen Musikmarktes und seine Entwicklung anhand von Statistiken aufgezeigt. Es wird untersucht, welche Bedeutung der deutsche Musikexport für Deutschland hat. Anschließend wird der Erfolg der deutschen Musikbranche im Ausland behandelt, dabei wird nicht nur auf den Erfolg der Musiker – wie dies Kapitel 3.2 als Zielsetzung hatte – sondern auch auf den Erfolg anderer Akteure der Musikbranche eingegangen. Abschließend erfolgt eine ausführ-

liche Untersuchung der Gründe für den Erfolg bzw. – im Vergleich zu Schweden – Misserfolg des deutschen Musikexportes. Zielsetzung des gesamten Kapitels ist es, einen Vergleich zum schwedischen Musikexport ziehen zu können, deshalb sind Kapitel 4.1 und Kapitel 4.2 nahezu identisch aufgebaut.

### **4.2.1 Statistiken zum deutschen Musikexport**

Während, wie in Kapitel 4.1.1 deutlich geworden ist, mehrere Statistiken vorliegen, die die Größe des schwedischen Musikexportes messen und es Forscher gibt, die versuchen herauszufinden, welchen Platz Schweden im internationalen Vergleich innehat, sieht die Datenlage in Deutschland sehr schlecht aus. Schon allein die Tatsache, dass in der deutschen Sekundärliteratur keine Definition des deutschen Musikexportes zu finden ist, lässt darauf schließen, dass der Musikexport in Deutschland eine nicht so große Rolle wie in Schweden spielt. Es stellte sich somit als sehr schwierig heraus, Zahlenmaterial zum deutschen Musikexport zu finden. Wie schon erwähnt, ergab eine Anfrage beim Statistischen Bundesamt<sup>278</sup>, dass dort keine Daten zum Musikexport vorliegen (vgl. Anhang 2). Dies ist verwunderlich, da Deutschland traditionell über eine stark exportorientierte Musikindustrie verfügt (vgl. Wolther 2005, S. 102). Auch die Darstellung der deutschen Populärmusikgeschichte in Kapitel 3.2 zeigte, dass es viele im Ausland erfolgreiche Musiker gibt. Warum gibt es keine Statistiken, die diesen Erfolg messen oder warum beschäftigt sich die Sekundärliteratur bzw. der deutsche Staat kaum damit, wie erfolgreich der deutsche Musikexport ist und wie dieser noch erfolgreicher gemacht werden kann? Die Musik nimmt im Leben der Deutschen einen sehr hohen Stellenwert ein, 84 Prozent der Deutschen ist Musik sehr wichtig oder wichtig (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 28). Warum ist die Datenlage so schlecht, wenn es sich doch um ein für die große Mehrheit der Deutschen wichtiges Kulturgut handelt? Insgesamt gesehen ist die Datensituation in Deutschland relativ schlecht, „[...] da hier die Kulturhoheit bei den Ländern liegt, die jeweils unterschiedliche Strukturen in der Kulturpolitik entwickelt haben“ (Block 2002, S. 14f.) Zur wirtschaftlichen Größe der Musikindustrie in Deutschland liegen bisher keine gesicherten aktuellen Daten vor (vgl. Block 2002, S. 15). Dies wird auch daran deutlich, dass teilweise auf die Daten der schwedischen Musikexportstudien

---

<sup>278</sup> Es machte darauf aufmerksam, dass bei bespielten Datenträgern nicht nach dem Inhalt unterschieden wird (vgl. Anhang 3).



zurückgegriffen werden muss, da dort vereinzelt Daten zum deutschen Musikmarkt zu finden sind. Im Folgenden werden nun zuerst Statistiken betrachtet, die sich allgemein mit dem deutschen Musikmarkt und der deutschen Musikindustrie beschäftigen, um mithilfe dieser Statistiken Aufschlüsse über die Situation der deutschen Musikindustrie und des deutschen Musikexportes geben zu können. Spielt der deutsche Musikexport tatsächlich keine so große Rolle für Deutschland wie der schwedische für Schweden?

Schon 1979 hat der schwedische Kulturrat eine Statistik herausgegeben, in der Deutschland beim Verkaufswert der Tonträger mit 700 Millionen USD den dritten Platz erreichte, auf die Einwohner umgerechnet belegte Deutschland mit 12 USD pro Einwohner hinter Schweden, den USA und Kanada den vierten Platz (vgl. Kulturrådet 1979, S. 41).<sup>279</sup> Die Deutschen interessieren sich für Tonträger. Schon hier wird deutlich, dass Deutschland im internationalen Vergleich zu den erfolgreichen Ländern zählt und meist einen der vorderen Plätze belegt. Die Besonderheit in Deutschland besteht darin, dass es hier einen im weltweiten Vergleich sehr großen Musikmarkt gibt. Zur Größe des Musikmarktes liegen mehrere Statistiken vor. Viele Jahre lang hatte Deutschland hinter den USA und Japan den drittgrößten Musikmarkt der Welt und lag noch vor Frankreich und Großbritannien (vgl. Forss 1999, S. 43). Zwischenzeitlich belegte Deutschland dann den fünften und vierten Platz (vgl. Block 2002, S. 158). Der Abrutsch auf den vierten Platz wird durch die stark rückläufige Umsatz- und Ertragssituation in Deutschland begründet. Diese ist zwar weltweit rückläufig, jedoch hat die deutsche Tonträgerindustrie seit 1997 im weltweiten Vergleich mit einem Umsatzrückgang von fast 40 Prozent den stärksten Markteinbruch erlebt (vgl. Engh 2006, S. 1). Weltweit sank der Umsatz mit Tonträgern von 39,7 Milliarden USD im Jahr 1996 auf 32,2 Milliarden USD im Jahr 2005. Der deutsche Umsatz fiel von 2001 auf 2002 um 7,2 Prozent. Mit der Ausnahme von Großbritannien und Frankreich gilt diese Tendenz für alle großen nationalen Märkte. 2002 sank der Umsatz in Deutschland auf 2,110 Milliarden EUR, er war zum fünften Mal in Folge gesunken (vgl. Hutzschenreuter/Espel/Schneemann 2004, S. 8). Im Jahr 2003 sank er noch mal auf 1,816 Milliarden EUR (vgl. Müller 2005, S. 164) und 2005 auf 1,77 Milliarden EUR (vgl. Risse 2008, S. 123). Im Jahr 2003 liegt ein rekordverdächtiger Verlust von 19,8 Prozent vor (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 165). Während der Rückgang

---

<sup>279</sup> Im Anhang 1 befindet sich eine Tabelle mit weiteren Vergleichsländern.

der Zahl verkaufter Einheiten in Deutschland im Zeitraum von 2001 bis 2004 bei fast 20 Prozent lag, ist die Zahl verkaufter Einheiten in den USA nur um 13 Prozent zurückgegangen (vgl. Scholz 2007, S. 17). 1998 wurden ca. 290 Millionen Tonträger in Deutschland verkauft und somit 2,7 Milliarden EUR erwirtschaftet, 2008 wurden dagegen nur noch 169 Millionen Musik-CDs verkauft und rund 1,6 Milliarden EUR erwirtschaftet (vgl. BV Musikindustrie 2009, S. 13-19, zitiert nach Reinke 2009, S. 15f.) Auch gibt die deutsche Bevölkerung immer weniger Geld für Musik aus. 2002 lagen die Pro-Kopf-Ausgaben bei durchschnittlich 32,8 USD, 2004 nur noch bei 26,1 USD. Insgesamt lagen die durchschnittlichen Ausgaben für Musik 2004 in Europa bei 16,2 US-Dollar (vgl. Scholz 2007, S. 18). Die Deutschen geben im europaweiten Vergleich viel Geld für Musik aus, es gab aber enorme Umsatzrückgänge seit den 90er Jahren. Sind diese tatsächlich nur auf das illegale Brennen von CDs und den Download von MP3s, also die Online-Piraterie<sup>280</sup>, die allgemein für die negative Entwicklung verantwortlich gemacht wird (vgl. Block 2002, S. 119), zurückzuführen?<sup>281</sup> Warum haben Großbritannien und Frankreich keine so großen Verluste erlitten, obwohl dort in ähnlicher Weise Zugang zu MP3s und CD-Brennern besteht? Pendzich betont, dass es Anfang der 80er Jahre zu einer wirtschaftlichen Krise<sup>282</sup> der deutschen Musikindustrie kam, hierzu hatten strukturelle Probleme – vor allem der fehlende strukturierte Künstleraufbau – geführt, die aber ungelöst blieben. Zu einem Umsatzplus kam es zunächst durch die Umstellung von der LP auf die CD und den Nachholbedarf der Menschen der neuen Bundesländer und danach wirkte sich die Gründung von VIVA belebend auf das Musikgeschäft aus (vgl. Pendzich 2004, S. 377).

Erfolgreiche, nach 1985 aufgebaute Stars, die als Marken fungieren und relativ unabhängig von Konjunktur und der CD-R-/Download-Problematik mehrere Alben verkaufen können bzw. könnten, gibt es in Deutschland kaum und in Relation zu sämtlichen anderen untersuchten großen Musikmärkten sehr wenige (Pendzich 2004, S. 377).

Seit 1997 kam es dann zu einem starken Umsatzrückgang – wie vorhin dargestellt wurde – der nicht mehr, wie Ende der 80er Jahre durch die angeführten

---

<sup>280</sup> „Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wurden in Deutschland während des Kalenderjahres 2002 622 Millionen Musikstücke aus dem Internet heruntergeladen – eine Verdopplung gegenüber 2000“ (Hutzschenreuter/Espel/Schneemann 2004, S. 13).

<sup>281</sup> „Im Jahr 2006 wurden 401 Millionen Musiktitel aus dem Internet heruntergeladen, davon 27 Millionen legal und 374 Millionen illegal“ (Risse 2008, S. 83).

<sup>282</sup> Zwischen 1978 und 1984 war der deutsche Musikmarkt um ¼ geschrumpft (vgl. Pendzich 2004, S. 356).

Faktoren abgefangen werden konnte. Der deutsche Musikmarkt hat im internationalen Vergleich seit 1997 die ungünstigste Umsatzentwicklung. Außerdem ist kein anderer großer westlicher Musikmarkt von internationalen Produkten noch derart abhängig wie der deutsche Musikmarkt und kein großer Musikmarkt hat ähnlich wenige Album-verkaufende Musiker aufbauen können (vgl. Pendzich 2004, S. 379). Die physische CD-Single hat die stärksten Umsatzeinbußen zu verkraften, der Verkauf ging von 34,5 Millionen Einheiten im Jahr 2002 auf 2,9 Millionen Einheiten im Jahr 2011 zurück (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 22). Für den deutschen Musikmarkt ist diese Krise der deutschen Musikindustrie kennzeichnend und beherrschte die Medien, wenn über die deutsche Musikindustrie berichtet wurde.

Mittlerweile hat sich der deutsche Musikmarkt stabil entwickelt. Dank der neuesten deutschen Popwelle (vgl. Kapitel 3.2.6) sind die Umsatzeinbußen seit 2004 nicht mehr so hoch (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 165). Dies kann aber auch daran liegen, dass ab 2004 plötzlich DVDs in die Musikindustrieumsätze eingerechnet worden sind, „[...] um zu verschleiern, dass deren Kernumsatz sich binnen 5 Jahren halbiert hatte [...]“ (Renner 2010b). 2011 gab es das erste Mal seit 15 Jahren keine Umsatzverluste. Der Gesamtumsatz<sup>283</sup> betrug 2011 1,67 Milliarden EUR. Der deutsche Musikmarkt ist stark physisch verankert und darauf ist die stabile Marktentwicklung zurückzuführen (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 12). Deutschland hat im Jahr 2009 362 Millionen EUR durch den Export von CDs<sup>284</sup> verdient (vgl. Eurostat 2011, S. 130). Genau wie die schwedischen Statistiken sind auch die deutschen mit Vorsicht zu genießen. Die Vertreter der Musikindustrie behaupteten, im Jahr 2009 einen Gesamtumsatz von 1,803 Milliarden EUR gehabt zu haben, wobei ein Drittel der Umsätze aus dem Internet stammen würde. 2008 wurde von einem Gesamtumsatz von 1,582 Milliarden EUR gesprochen, wovon nur sechs Prozent durch den Download von Alben und Songs eingenommen wurden. Bei der Betrachtung der Zahlen kann man den Schluss ziehen, dass sich der Gesamtumsatz und der Downloadmarkt rasant entwickelt hätten, jedoch wurden nun einfach plötzlich Erlöse von Management, Aufführung, Merchandise und Lizenzgeschäften hinzugerechnet. Außerdem setzte man jede Interaktion im Internet (somit auch

---

<sup>283</sup> Der Gesamtumsatz wird aus den Umsätzen aus den physischen und digitalen Musikverkäufen berechnet (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 12).

<sup>284</sup> Allerdings muss hier darauf hingewiesen werden, dass bei bespielten Datenträgern nicht nach Inhalt unterschieden wird (vgl. Anhang 3). Es handelt sich hier also nicht nur um Musik-CDs.

die bei z. B. Amazon gekauften Schallplatten) mit Downloads gleich. Die Musikindustrie nahm also eine eigenwillige Verdichtung der Zahlen vor und verschleierte dadurch den eigentlich noch weiterhin rückläufigen Umsatz (vgl. Renner 2010b). Insgesamt gesehen belegt Deutschland mit einem Umsatzanteil von 8,9 Prozent 2011 den dritten Platz in der Weltrangliste, die USA liegen mit einem Umsatzanteil von 26,3 Prozent auf Platz 1 und Japan mit einem Anteil von 24,6 Prozent auf Platz 2. Den vierten und fünften Platz belegen Großbritannien und Frankreich (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 62). Deutschland gehört also zu den fünf umsatzstärksten Ländern der Welt und somit zu den wichtigsten und größten Musikmärkten weltweit. Insgesamt wurden 2011 ca. 23.000 Alben in Deutschland auf den Markt gebracht. Dies waren weniger als in den vorherigen Jahren (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 25). Jedoch ist dies trotzdem eine sehr große Anzahl. Der größte Umsatz wird nach wie vor durch die CD erzielt, die einen Marktanteil von 73,8 Prozent und ein Volumen von 1,098 Milliarden EUR hat (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 13). 2011 wurden 206,8 Millionen Einheiten physischer und digitaler Musikprodukte verkauft, damit stieg der Absatz um 7,4 Prozent (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 22). Der Digitalmarkt wächst in Deutschland weiter und so konnte 2011 ein Wachstum von 21,2 Prozent nachgewiesen werden, so dass der Marktanteil am Gesamtmusikverkauf nun bei 16,6 Prozent liegt (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 14). Dennoch hat Deutschland 2011 nur eine Digitalquote von 15,3 Prozent und liegt damit in Europa im hinteren Mittelfeld. Sehr hohe Digitalquoten haben in Europa Norwegen (44,9 Prozent) und Schweden (44,2 Prozent), die damit an den Digitalanteil der USA von 50,6 Prozent, der der weltweit höchste ist, heranreichen. Die USA verzeichnen somit digital mehr Einnahmen als physisch (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 63). Der Bundesverband für Musikindustrie betont, dass die Voraussetzung günstig ist, dass eine Trendwende in der Marktentwicklung in Deutschland in Sichtweite rückt, es wird ab 2013 mit einem leichten Aufwärtstrend gerechnet (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 16). Der Gesamtmarkt ging in Deutschland seit 2004 um 13,1 Prozent zurück, in den USA ging er jedoch um 39,4 Prozent und in Großbritannien um 28 Prozent zurück. Es kann festgehalten werden, dass der Digitalmarkt in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern recht schwach ist, der Markt für physische Tonträger ist hingegen sehr stark (vgl. Bundesverband Musikindust-

rie 2012, S. 63). Europaweit kann Deutschland den stärksten physischen Markt vorweisen (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 62).

Diese starke physische Verankerung, die durchaus auch eine Schwäche bedeuten kann, ist neben der Altersstruktur der deutschen Bevölkerung unter anderem auch mit einer geringeren Online-Affinität sowie einer generellen Zurückhaltung bei der Nutzung von Online-Payment-Diensten zu erklären (Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 63).

2007 war Deutschland in Europa der zweitgrößte Markt für Musikdownloads, der größte Markt war Großbritannien (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2008c). In dem Jahr besaß Deutschland nicht nur einen großen Musikmarkt, sondern auch einen großen Musikdownloadmarkt. Schweden besaß dagegen nur einen sehr kleinen Downloadmarkt. Der deutsche Downloadmarkt war um fast 40 Prozent bei den Einzeltracks gewachsen, jedoch war die CD mit einem Umsatzanteil von 81 Prozent das umsatzstärkste Produkt, während die Downloads einen Umsatzanteil von vier Prozent ausmachten (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2008b). Bezüglich des Downloadmarktes war Deutschland klar im Vorteil und besitzt einen wesentlich größeren Markt als Schweden. Man könnte annehmen, dass dieses Bewusstsein in Deutschland bestanden hätte und Deutschland auf den zukunftssträchtigen Downloadmarkt gesetzt hätte, der 2007 zwar einen recht geringen Umsatzanteil ausmachte, aber wie sich heute zeigt, der Markt der Zukunft und Gegenwart ist. Deutschland scheint zwar das Problem der Internetpiraterie langsam in den Griff zu bekommen, der Downloadmarkt wuchs auch, jedoch ist der gesamte Digitalmarkt in Deutschland im europaweiten Vergleich sehr schwach. Renner merkt an, dass der Downloadmarkt sehr unterentwickelt ist (vgl. Renner 2010b). Das amerikanische Fachmagazin *Billboard* bezeichnete Deutschland gar als „digitales Schwellenland“ (vgl. Renner/Wächter 2013, S. 257). Das Internet bietet jungen Künstlern „[...] wesentlich bessere Möglichkeiten, ihre Musik ohne Industrie und Schallplattenvertrag zu vertreiben und erfolgreich am Markt bestehen zu bleiben“ (Gebhardt 2006, S. VII). Es ist wichtig, nicht nur das Negative des Internets zu sehen, sondern auch die Chancen für die Musikindustrie zu erkennen. Dies hat die deutsche Musikindustrie versäumt, denn wie vorhin dargelegt wurde, sind die günstigen Voraussetzungen aus dem Jahr 2007 nicht beibehalten worden und der deutsche Digitalmarkt hat sich im europaweiten Vergleich nur langsam entwickelt und Deutschlands Digitalquote ist sehr schwach. Deutschland hat sich auf den physischen Markt konzentriert.



Schweden und Deutschland zu vergleichen, was das Ziel der vorliegenden Dissertation ist, gestaltet sich als relativ schwierig. Die deutschen Umsätze lassen sich nur eingeschränkt mit den internationalen vergleichen. „Im Vergleich zur deutschen Umsatzstatistik werden die internationalen Umsätze nicht auf Basis der Endverbraucherpreise, sondern als Branchenumsätze gemessen an den Handelspreisen ausgewiesen“ (Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 60). Somit muss man auch die Berechnung des Pro-Kopf-Umsatzes, die in der Sekundärliteratur vorgenommen worden ist, skeptisch betrachten. Das Gewinnvolumen, welches 1994 in Deutschland 6563 Milliarden SEK<sup>285</sup> betragen hat, wurde mit der Bevölkerungszahl in Verbindung gesetzt. Es ergab sich ein Pro-Kopf-Umsatz von 82 SEK für Deutschland. Der Pro-Kopf-Umsatz Schwedens, welcher, wie schon in Kapitel 4.1.1 erwähnt wurde, 94 SEK beträgt, ist höher als der Pro-Kopf-Umsatz Deutschlands (vgl. Forss 1999, S. 43). Deutschland besitzt zwar im Vergleich zu Schweden den größeren Musikmarkt, was beim Vergleich der Einwohnerzahlen<sup>286</sup> nicht verwunderlich ist, aber der Pro-Kopf-Umsatz Schwedens ist trotzdem höher als der Deutschlands.

Wie schon angemerkt wurde, gibt es kaum Statistiken zum deutschen Musikexport. In den 50er Jahren gab es kaum deutsche Musikexporterfolge. „Die GEMA zahlte 1958 DM 8,78 Mio. an ausländische Verwertungsgesellschaften, erhielt aber umgekehrt lediglich Zahlungen von insgesamt DM 3,86 Mio.“ (Pendzich 2004, S. 285). Durch diese Zahlen wird das Ergebnis, das die Auswertung der deutschen Musikgeschichte bezüglich der Musikexporterfolge in den 50er Jahren gebracht hat, bestätigt (vgl. Kapitel 3.2.1). In den 50er Jahren gab es kaum Exporterfolge in Deutschland. Mittlerweile gehört Deutschland aber trotz der Umsatzrückgänge zu den größten Musikexporteuren der Welt. Die Statistik von Forss zeigt, dass der schwedische Musikexport vor dem deutschen Musikexport liegt. Zwar liegt Deutschland nur einen Platz hinter Schweden, jedoch ist sehr verwunderlich, dass Schweden mit seinem kleinen Musikmarkt vor Deutschland liegt. Aber wie schon angemerkt wurde, ist die Statistik von Forss diskussionswürdig. Der Pressesprecher der GEMA, Hans-Herwig Geyer, merkte im Jahr 2004 an, dass die GEMA 2003 220 Millionen EUR an ausländische Autoren, die in Deutschland gesendet werden oder aufgetreten sind, ausgeschüttet hat. Dagegen wurden nur 50 Millionen EUR aus dem Aus-

---

<sup>285</sup> Die Zahlen werden hier in SEK und nicht in EUR angegeben, um einen besseren Vergleich zu Schweden ziehen zu können.

<sup>286</sup> 1995 betrug die Gesamtbevölkerung in Deutschland 81,5 Millionen, in Schweden lag sie bei 8,8 Millionen (vgl. Europäische Kommission 2007, S. 51).



land eingenommen (vgl. Haack 2004). Hier ist somit deutlich zu erkennen, dass Deutschland große Defizite bezüglich des Musikexportes hat. Im Jahr 2007 wurde von dem Projekt Zukunft, welches in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen angesiedelt ist, eine Studie herausgegeben, die vom deutschen Musikexportbüro German Sounds AG durchgeführt wurde, die feststellt, dass sich die Förderung des Musikexportes in Deutschland im europäischen Vergleich im Anfangsstadium befindet. Aus diesem Grund wurden von der German Sounds AG Ende 2006 Unternehmen<sup>287</sup> zur Bedeutung von Auslandsmärkten, Markteintrittsbarrieren und ihren Außenwirtschaftsaktivitäten befragt, um Bewertungskriterien und eine Handlungsanleitung für alle im Musikbereich mit Außenwirtschaftsfördermaßnahmen Beschäftigten zu erstellen, um Außenwirtschaftsfördermaßnahmen des Landes Berlin weiterzuentwickeln (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 2). „Für Musikunternehmen und Künstler in Deutschland ist Musikexport kein Luxus, sondern lebensnotwendig“ (Kuerbis/Scholz 2007, S. 2). Auf dem deutschen Inlandsmarkt können nicht mehr so große Umsätze erzielt werden, weil sich das Konsumverhalten verändert hat und viele staatlich subventionierte ausländische Mitbewerber auf den deutschen Markt drängen. Durch die Erschließung von Auslandsmärkten können Zuwächse erzielt werden. Als ein zentrales Ergebnis der Studie wird herausgestellt, dass Auslandsaktivitäten für Musikunternehmen in Berlin eine immer bedeutendere Rolle spielen. Die Auslandsaktivitäten von über 60 Prozent der Befragten haben in den letzten fünf Jahren merklich zugenommen, wobei Großbritannien, die USA, Spanien und Frankreich zu den wichtigsten Auslandsmärkten zählen (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 2). Die Studie bestätigt also die Bedeutung des Musikexportes, wenn sich auch die Ergebnisse nur auf Berliner Musikunternehmen beziehen. Die Ergebnisse lassen sich aber auch auf ganz Deutschland übertragen. Jedoch ist die Bedeutung des Musikexportes – wie später noch herausgestellt wird – noch nicht allen bewusst.

#### **4.2.2 Die Vielfalt des deutschen Musikexportes und sein Stellenwert in Deutschland**

„Das Musikland Deutschland genießt im Ausland nach wie vor ein ungeheures Ansehen“ (Höppner 2007, S. 11). Dieser Ruf ist entstanden, da Deutschland

---

<sup>287</sup> 100 Geschäftsführer von Berliner Unternehmen wurden aus einer geschichteten Stichprobe ausgewählt (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 4).

eine sehr große Orchesterdichte hat und außerdem die herausragenden Interpreten und Komponisten Deutschlands geschätzt werden. Es wird von der „Kulturation Deutschland“ gesprochen und damit werden auch aktuelle Musikrichtungen im populären Bereich eingeschlossen und man könnte Höppner zufolge „[...] den Eindruck bekommen, als habe Deutschland noch immer eine hervorragende kulturelle Infrastruktur. [...] Doch ich wage zu behaupten, dass die aktuelle Lage des Musiklandes Deutschland schlechter ist als sein Ruf“ (Höppner 2007, S. 11). Höppner ist der Meinung, dass Deutschland im Musikbereich einen sehr guten Ruf im Ausland hat. Jedoch ist er davon überzeugt, dass die aktuelle Lage nicht so gut ist wie ihr Ruf. Dies wird im Folgenden einer genaueren Betrachtung bedürfen.

*Der Standard*, die führende österreichische Tageszeitung, berichtete am 24.01.2004 über den Boom deutscher Texte bei Nicht-Muttersprachlern. In einer Untersuchung des Deutschen Musikexportbüros wurde festgestellt, dass immer mehr ausländische Musiker des Pop- und Rockgenres auf Deutsch singen. Es werden im Artikel viele Beispiele von deutschsprachigen Songs, die im Ausland entstehen, genannt. Z. B. trat die polnische Popgruppe Ich Troje beim Eurovision Songcontest 2003 mit einem Lied auf, das weitestgehend deutschsprachig ist und eine bessere Platzierung erhielt als der englischsprachige Beitrag Deutschlands. In den osteuropäischen Staaten gibt es mehrere Beispiele von Bands, die auf Deutsch singen, wie z. B. die slowenische Band Oberkrainer, die rumänische Band Ricochee und die serbische Band Kraljevski Apartman. Auch in Skandinavien produzieren mehrere junge Bands deutschsprachige Songs. Cornelius Jakhelln von der norwegischen Gruppe Sturmgeist sagt dazu: „Deutsch ist so herrlich kraftvoll, und Skandinavien ist mit dem deutschen Sprachraum kulturell intensiv verbunden!“ (Deutsches Musik-Exportbüro). Sogar in englischsprachigen Ländern gibt es Bands, die auf Deutsch singen, ebenso wie in Afrika (vgl. Deutsches Musik-Exportbüro). Es wird also deutlich, dass sich die deutsche Sprache bei einigen Musikern im Ausland großer Beliebtheit erfreut. Aber deutschsprachige Musik zählt nicht unbedingt zum deutschen Musikexport. Entscheidend ist, dass die Musiker oder die Produzenten aus Deutschland kommen. Sind die in Deutschland produzierten oder von deutschen Sängern und Sängerinnen gesungenen deutschsprachigen Songs im Ausland genauso beliebt und erfolgreich, wie es die deutsche Musik momentan im Ausland ist? Eine Antwort darauf wurde schon in Kapitel 3.2 gegeben, in dem im Ausland erfolgreiche deutsche Bands vorgestellt wur-

den. Doch wie sieht es mit deutschen Videoregisseuren, deutschen Produzenten oder in Deutschland aufgenommenen ausländischen Songs aus? Der schwedische Musikexport zeichnet sich dadurch aus, dass er sehr vielfältig ist und alle von Forss definierten Glieder des Musikexportes in Schweden erfolgreich sind. Ist dies in Deutschland auch so? Die Quellenlage stellt sich als äußerst schwierig dar. Ein im Ausland erfolgreicher Musikproduzent ist z. B. Jack White, der den Nr. 1-Hit *Looking for Freedom* von David Hasselhoff produzierte. Außerdem hatte er in den 80er Jahren mit der Popsängerin Laura Branigan zwei Nr. 1-Hits in den USA (vgl. <http://www.j-white.de/>). Weitere deutsche Musikproduzenten, die auch international für Aufmerksamkeit sorgen konnten, sind Frank Farian, Dieter Bohlen, Ralph Siegel oder Dieter Dierks. Allerdings produzierten diese größtenteils Songs für deutsche Musiker, die dann im Ausland Erfolg hatten. Aktuell gibt es keine jungen, deutschen Musikproduzenten, die mit den internationalen Stars zusammenarbeiten, wie dies in Schweden der Fall ist. Die Arbeit der deutschen Musikproduzenten beschränkt sich meist auf Deutschland, besonders auf das Schlagergenre. Genau wie in Schweden gibt es auch in Deutschland Tonstudios, die sowohl von nationalen wie internationalen Stars gebucht werden, damit dort CDs aufgenommen werden können. Zu den bekanntesten Tonstudios gehört sicherlich das Hansa Studio in Berlin, in dem international erfolgreiche Musiker wie Depeche Mode oder U2 Songs und Alben aufgenommen haben (vgl. <http://www.hansatonstudio.de/>). Insgesamt gesehen spielt der Musikexport in Deutschland keine so große Rolle wie in Schweden. Es wird in Deutschland kein Musikexportpreis verliehen, es werden keine Seminare zum Musikexport abgehalten und in den deutschen Medien wird der Musikexport nicht so stark beachtet wie in Schweden.

### **4.2.3 Gründe für den Erfolg/Nichterfolg**

Die Überschrift dieses Kapitels drückt aus, dass man nicht eindeutig vom Erfolg des deutschen Musikexportes sprechen kann, aber auch nicht direkt vom Nichterfolg. Hier muss differenziert werden. Vom Nichterfolg kann im Vergleich zum schwedischen Musikexport gesprochen werden, da dieser – wie schon ausgeführt wurde – erfolgreicher ist als der deutsche Musikexport und dies natürlich Gründe haben muss. Da Deutschland aber, zumindest im Jahr 2004 – aktuellere Statistiken liegen nicht vor – weltweit angeblich der viertgrößte Musikexporteur der Welt ist – auf die Problematik der Statistiken wurde

schon mehrmals hingewiesen – kann man auch nicht von einem reinen Nichterfolg sprechen. Der deutsche Musikexport ist erfolgreich, daran besteht kein Zweifel. Kapitel 3.2 hat dieses Ergebnis hervorgebracht. Es soll hier also darum gehen herauszufinden, warum der deutsche Musikexport hinter dem schwedischen Musikexport liegt. Welche Gründe kommen dafür in Frage?

#### **4.2.3.1 Musikausbildung**

Nachdem in Kapitel 4.1.3.1 herausgestellt worden ist, dass die Musikausbildung in Schweden sehr gut ist, soll im Folgenden erörtert werden, welche Rolle die Musikausbildung in Deutschland spielt. Genau wie in Schweden gibt es dort seit den 40er Jahren öffentliche gemeinnützige Musikschulen. Diese sind unter dem Verband deutscher Musikschulen (VdM) zusammengeschlossen, welcher in seinem Gründungsjahr 1952 zwölf Musikschulen zu seinen Mitgliedern zählte. Die Musikschulen wurden zwischen 1945 und 1952 ins Leben gerufen. 1990 besaß der Verband schon 778 Musikschulen und durch den Beitritt der ostdeutschen Musikschulen stieg die Zahl auf über 1.000 an. Durch Musikschulfusionen und eine Kreisgebietsreform in den neuen Bundesländern war diese Zahl in den Jahren nach 1990 rückläufig, so dass nun 922 Musikschulen (Stand 1. Januar 2013) Mitglied im VdM sind. Diese bieten neben ihrem Standort noch in 3.000 weiteren politisch oder vertraglich eingebundenen Gemeinden ihren Unterricht an (vgl. VdM 2013a). Genau wie in Schweden bieten die Musikschulen ein zusätzliches musikalisches Bildungsangebot zu Hochschulen und allgemeinbildenden Schulen an. Während in Schweden viele Musikschulen in Kulturschulen umgewandelt worden sind, gibt es in Deutschland größtenteils reine Musikschulen. 2009 gab es 909 Musikschulen, von denen nur 70 Schulen kombinierte Kunst- und Musikschulen waren (vgl. European Music School Union 2010, S. 35). Die schwedischen Kulturschulen, die für eine breitgefächerte kulturelle Ausbildung sorgen und in denen alle Künste unter einem Dach vereint sind, gibt es in Deutschland nicht. In Deutschland kann man sich jedoch auch in anderen kulturellen Bereichen als der Musik ausbilden lassen, die in schwedischen Kulturschulen angeboten werden. Es gibt z. B. viele Tanzschulen in Deutschland. Jedoch sind dies eigenständige Schulen, die meist privat geführt werden. Insgesamt gibt es 35.000 Lehrer und die Musikschulen erreichen über eine Million Schüler (vgl. European Music School Union 2010, S. 35). In Deutschland nahmen 2010 vier Prozent aller Kinder und Jugendlichen bis 25

Unterricht in einer öffentlichen Musikschule, in Schweden liegt der Anteil bei 12 Prozent (vgl. European Music School Union 2011, S. 15). Schweden und Deutschland unterscheiden sich bzgl. der Musikschulen in der Hinsicht, dass die schwedischen Musikschulen ausschließlich Kinder und Jugendliche unterrichten, während in Deutschland auch Erwachsene Unterricht nehmen können. Der Anteil der Erwachsenen an der Schülerzahl liegt bei ca. zehn Prozent (vgl. VdM 2013b). Die musikalische Ausbildung in Schweden ist eindeutig jugendorientiert, während die Musikschulen in Deutschland der gesamten Bevölkerung offen stehen.

Der Deutsche Musikrat<sup>288</sup> hat das Ziel, „[...] dass jedes Kind unabhängig von seiner sozialen und ethnischen Herkunft die Chance haben muss, ein breites und qualifiziertes Angebot an musikalischer Bildung zu haben“ (Höppner 2007, S. 12). Jedoch geht der Trend Höppner zufolge derzeit in eine andere Richtung, obwohl bekannt ist, dass Musizieren und Musik eine positive Wirkung für unsere Gesellschaft und unser Zusammenleben haben (vgl. Höppner 2007, S. 12). Der VdM hat das Ziel, dass jedes Kind freien Zugang zur Musik haben soll (vgl. European Music School Union 2010, S. 35). Dies ist auch das Hauptziel der schwedischen kommunalen Musikschulen und auch auf die Kooperation zwischen allgemeinbildenden Schulen und Musikschulen wird in beiden Ländern Wert gelegt. Die Politik hat den Wunsch, dass Musikschulen auch in Regelschulen und Kindergärten aktiv werden. Der VdM soll die Kooperation herstellen und die Zusammenarbeit zwischen Musik- und Regelschullehrern soll intensiviert werden. Hierbei erhält der VdM Hilfe von den Landesregierungen. Diese fördern in zehn Bundesländern die Musikschulen mit gesetzesähnlichen oder gesetzlichen Regelungen. Die Lehrpläne sind bundesweit einheitlich (vgl. European Music School Union 2010, S. 35). Hier zeigt sich ein Unterschied zu Schweden, denn dort gibt es keine einheitlichen Lehrpläne und nationalen Vorgaben und Regulierungen. Die Finanzierung der Musikschulen obliegt den Gemeinden. Dieses Finanzierungsmodell weist den Schülern bzw. Eltern einen Anteil von 47 Prozent (2010) der Kursgebühren zu. Im EMU-Vergleich ist dies ein hoher Anteil. In Schweden werden nur 15 Prozent der Kursgebühren an die

---

<sup>288</sup> Der Deutsche Musikrat wurde 1953 von den Verbänden der Musikpädagogen und Laienmusiker gegründet. Er sollte nach dem Zweiten Weltkrieg die Musik zum Medium internationaler Begegnung machen. Heute ist er der Dachverband aller Bereiche des deutschen Musiklebens, dem 106 nationale Organisationen angehören. Der Deutsche Musikrat vertritt die Belange des Musiklebens gegenüber Gesellschaft und Politik. Die Bundesregierung bringt über 80 Prozent seines Budgets auf (vgl. Krüger 2008).



Schüler bzw. Eltern abgeben (vgl. European Music School Union 2011, S. 41). In Schweden tragen die Kommunen den Großteil der Kosten. Vor allem im Vergleich zu Schweden wird deutlich, dass der Musikunterricht an öffentlichen Musikschulen in Deutschland relativ teuer ist. Als Beispiel werden hier die Gebühren der Musikschule in Münster für das Jahr 2013 aufgeführt. 30-minütiger Einzelunterricht ein Mal pro Woche kostet im Jahr 762 EUR, also 63,50 EUR pro Monat. In einer kleinen Gruppe von zwei Schülern kostet der 45-minütige Unterricht 552 EUR im Jahr, also 46 EUR pro Monat. Je mehr Schüler in einer Gruppe sind, desto billiger wird der Unterricht. In einer 7er- bis 9er-Gruppe kostet der Musikunterricht im Monat 22 EUR (vgl. <http://www.muenster.de/stadt/musikschule/pdf/gebuehren2013.pdf>, S. 2). Für das Ausleihen von Instrumenten fallen Gebühren an, die von der Instrumentart und der Dauer der Ausleihe abhängen. Das billigste Instrument ist die Bongo, die im Jahr für 48 EUR ausgeliehen werden kann. Ein Keyboard kostet hingegen pro Jahr 162 EUR (vgl. <http://www.muenster.de/stadt/musikschule/pdf/gebuehren2013.pdf>, S. 4). Zum Vergleich kann man hier die Gebühren der Kulturschule der Universitätsstadt Lund für das Jahr 2013/2014 hinzuziehen. Dort kostet das Ausleihen von Instrumenten 475 SEK pro Halbjahr, also rund 110 EUR im Jahr. Der Musikunterricht kostet 2200 SEK pro Schuljahr, also ca. 255 EUR (vgl. Lund 2013). Interessant ist, dass es aber auch in Deutschland die Bereitschaft der Politik gibt, in die musikalische Bildung zu investieren. Es gibt z. B. im Ruhrgebiet das Projekt *Jedem Kind ein Instrument (JeKi)*, welches auf Initiative des ehemaligen Ministerpräsidenten, Jürgen Rüttgers, gegründet wurde. Es soll bis 2011 jedem Grundschulkind der Ruhrgebietsregion kostenfreien und später dann sehr günstigen Zugang zu einem Instrument gewähren, so dass das Spielen in kleinen Gruppen ermöglicht werden soll (vgl. Krüger 2008). Verglichen mit dem schwedischen Musikunterricht an kommunalen Musik- oder Kulturschulen sind die Gebühren an deutschen Musikschulen sehr hoch. Auch ist das Gebührenmodell in Schweden einfacher, da nicht danach unterschieden wird, wie viele Schüler in einer Gruppe sind und welches Instrument man ausleiht. Allerdings gibt es Kostenermäßigungen für sozial Schwache oder kinderreiche Familien, die mehrere Kinder musikalisch unterrichten lassen. Außerdem werden auch Begabte gefördert (vgl. European Music School Union 2010, S. 35). Hier ist ein wesentlicher Unterschied zwischen deutschen und schwedischen Musikschulen zu erkennen. Während es in Schweden keine Wettbewerbe, keine Aufnahme- und Abschlussprüfungen, keine Meisterklassen für Talentierte



und keine Begabtenförderung gibt, ist der Wettbewerbsgedanke in Deutschland viel ausgeprägter. In Deutschland gibt es Wettbewerbe im klassischen Musikbereich, die der Förderung des deutschen Nachwuchses dienen. Ein gutes Beispiel hierfür ist *Jugend musiziert*. Fast 20.000 Jugendliche nehmen jedes Jahr an diesem Wettbewerb teil (vgl. Krüger 2008). Diese Wettbewerbe wurden aufgrund des Fehlens von Spitzenmusikern ins Leben gerufen. Somit wurde dann ein Nachwuchsförderungssystem entwickelt (vgl. Niketta/Volke 1994, S. 16). Der außerschulische Bildungsbereich mit Privatlehrern – die es in Deutschland in großer Zahl gibt – Musikvereinen und Musikschulen ist in Deutschland gut ausgebaut (vgl. Krüger 2008). In Deutschland hat es im Gegensatz zu Schweden nie kostenlosen Musikschulunterricht gegeben. Vor allem in den 50er und 60er Jahren, als in Schweden der finanzielle Wohlstand sehr hoch war und man kostenlos Instrumente ausleihen und an kostenlosem Musikschulunterricht teilnehmen konnte, herrschten in Schweden bessere Bedingungen als in Deutschland. Durch diese guten Bedingungen bildete sich in Schweden eine große Amateurmusikszene, die es in Deutschland in dieser Form nicht gab.

Zur schulischen Musikausbildung kann ausgeführt werden, dass Musik Teil des Ausbildungsplans und meistens Pflichtunterricht an allgemeinbildenden Schulen ist (vgl. Baacke 1998, S. 18f.) Genau wie in Schweden kann man an deutschen Universitäten Musik studieren. Es gibt 24 Musikhochschulen sowie musikpädagogische, musiktherapeutische und musikwissenschaftliche Fachbereiche an 98 Universitäten und Fachhochschulen (vgl. Krüger 2008). Medien berichten immer wieder negativ über die Musikausbildung in Deutschland. Seit längerem ist man sich der Defizite im Bereich der Musikausbildung bewusst:

Im Vergleich zu anderen Ländern mit ebenfalls breitgefächerter Musikwirtschaft – wie beispielsweise Japan und USA – hat die Bundesrepublik in bezug auf die musikalisch Auszubildenden einen großen Nachholbedarf, der auch die Möglichkeit des Wachstums der Musikwirtschaft bestimmt (Fohrbeck 1982, S. 19).

Im Jahr 1999 wurde vom Verband deutscher Schulmusiker eine Erhebung durchgeführt, die zu dem Ergebnis kam, dass im sonderpädagogischen Bereich im Bundesdurchschnitt 95 Prozent des Musikunterrichts entfallen, an Haupt- und Realschulen fallen 63 Prozent, an Gymnasien 36 Prozent des Musikunterrichts aus. 80 Prozent des vorgesehenen Unterrichts an Grundschulen werden entweder nicht von Fachkräften oder erst gar nicht erteilt (vgl. Krüger 2008). „Weit mehr als die Hälfte aller Kinder und Jugendlichen in Deutschland erhält

eine bestenfalls sporadische, durch lange Unterbrechungen oder mangelhafte bzw. gar nicht fachlich ausgebildete Lehrkräfte geprägte musikalische Unterweisung“ (Krüger 2008). Auch die Proberaumsituation ist in Deutschland mangelhaft. Nach einer Untersuchung von Niketta und Volke proben die meisten Bands privat, d. h. in Kellern, Garagen oder Wohnungen, oder in einem Proberaumzentrum. Dabei handelt es sich hauptsächlich um privatwirtschaftliche oder gewerbliche Vermietungen. Nur in seltenen Fällen werden öffentliche Gebäude, Schulen oder Jugendzentren von Bands als Probeorte genutzt. Niketta und Volke machen auf einen Mangel an Proberäumen aufmerksam, da sich fast jede zweite Band ihren Proberaum mit anderen Musikern teilen muss (vgl. Niketta/Volke 1994, S. 99 und 102). Auch der Sänger der Band Revolverheld, Johannes Strate, macht in einem Interview auf die mangelhafte Proberaumsituation in Hamburg aufmerksam. Dort bekomme man als Band keinen Proberaum gleichzeitig werde aber die Elbphilharmonie gebaut (vgl. Hermann 2013). Die Situation in Schweden ist somit bezüglich der Proberäume viel besser. Insgesamt gesehen ist die Situation der schwedischen Musikschulen besser als die der deutschen. Über die schwedische Musikausbildung wird viel positiver berichtet als über die deutsche. Jedoch zeigte sich auch in Schweden eine Verschlechterung gegenüber den früheren Jahrzehnten und es gibt nur noch vereinzelt Gratisunterricht. In beiden Ländern lassen sich die Vorteile der Musikschulen erkennen. Das Interesse für Musik kann geweckt werden, die individuellen musikalischen Talente und die Kreativität werden gefördert, es wird für eine frühe Wissensbasis gesorgt, die Kinder und Jugendlichen werden zum aktiven Musizieren angeregt und es wird Freude an Musik vermittelt. In beiden Ländern sind die Musikschulen erfolgreich und zu kulturellen Zentren geworden, der öffentliche Bildungsauftrag wird erfüllt und das musikalische Niveau wird und wurde durch die Erteilung von Musikunterricht durch die Musikschulen erhöht. Wie sich dies auf den Musikexporterfolg auswirkt, ist – wie schon angemerkt wurde – schwierig zu erörtern. Anzumerken ist, dass viele berühmte Musiker Musikschulunterricht bekommen haben.

#### **4.2.3.2 Englischkenntnisse**

Während sich in Schweden die meisten Forscher einig sind, dass die guten Englischkenntnisse eine Rolle für den Erfolg schwedischer Musik im Ausland spielen, muss man sich in Deutschland fragen, ob diese hier überhaupt eine

große Rolle spielen, denn es gibt das Phänomen deutschsprachiger Musik im Ausland. Warum sind nicht nur englischsprachige, sondern auch deutschsprachige Songs im Ausland erfolgreich? Spielen die Englischkenntnisse keine Bedeutung für den Erfolg des deutschen Musikexportes?

Deutlich geworden ist in dem Kapitel zur deutschen Musikgeschichte, dass viele Musiker auf Deutsch und nicht auf Englisch gesungen haben und singen. Es stellt sich die Frage, warum dies so ist. Eine naheliegende Erklärung ist, dass die Englischkenntnisse einfach zu schlecht sind bzw. waren und die Musiker sich deshalb für die Muttersprache Deutsch entschieden haben, weil sie sich auf Englisch nicht gut ausdrücken konnten und können. Der Sänger der Band Rosenstolz, Peter Plate, führt dazu aus, dass seine Bandkollegin und er sich für Texte in deutscher Sprache entschieden hätten, da ihr Englisch zu schlecht sei, um sich darin vernünftig ausdrücken zu können. Die NDW hätte dabei keine Rolle gespielt, sondern wirklich nur die mangelnden Englischkenntnisse (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 78). Auch die Band Juli, die anfangs auf Englisch sang, ging dazu über, Songs auf Deutsch zu schreiben, weil sie sich auf Deutsch leichter ausdrücken konnte (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 110). Johannes Strate, Sänger der Band Revolverheld, betont ebenfalls, dass man sich in seiner Muttersprache am besten ausdrücken kann (vgl. Hermann 2013). Durch die Sprache wird auch die Zugehörigkeit zu einer Nation ausgedrückt. Dadurch, dass viele Musiker auf Deutsch singen, drücken sie zugleich die Zugehörigkeit zur deutschen Nation aus und wenden sich gegen die Amerikanisierung. Mit deutschsprachigen Texten kann ausgesagt werden, dass man sich mit Deutschland identifiziert. Derzeit ist ein Trend hin zu deutschsprachiger Musik erkennbar. Der Anteil deutschsprachiger Musik in den Top 100 Longplay-Charts stieg und lag 2011 bei 29 Prozent (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 48). Aus diesem Grund ist auch die Quotenregelung im Radio<sup>289</sup>, über die viele Jahre diskutiert wurde, nun überflüssig. Es werden auch ohne die Quotenregelung deutschsprachige Songs im Radio gespielt, da es zurzeit viele deutschsprachige Bands gibt. Der Anteil der nationalen Produktionen in den offiziellen deutschen Longplay-Charts steigt immer weiter und lag 2011 bei 55 Prozent. Von den fünf erfolgreichsten Alben des Jahres 2011 stammen drei von deutschsprachigen Interpreten (Udo Lindenberg, Herbert Grönemeyer und Unheilig) (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 48). Was ist das

---

<sup>289</sup> Der Abbau von Handelsbeschränkungen führt zur Globalisierung, Subventionen oder Quoten führen zur Regionalisierung (vgl. Gebesmair 2008, S. 90).

Besondere an der deutschen Sprache? Was macht sie für Musiker und Zuhörer so attraktiv? Longerich fügt an, dass das Deutsche harte Laute hat (vgl. Longerich 1989, S. 114). Sie kommt „[...] mit ihren harten, militärischen Konsonanten dem Klischee einer Robotersprache ziemlich nahe [...]“ (Koch 1987, S. 77). Vor der NDW hätte das Vorurteil gegolten, dass die deutsche Sprache aus diesem Grund dafür ungeeignet sei, sich mit angloamerikanischer Rockmusik zu verbinden (vgl. Longerich 1989, S. 114). Nina Hagen und Udo Lindenberg zeigten jedoch, dass man Sprachrhythmik und Satzmelodik angloamerikanischer Songs genau treffen kann, wenn man deutsch singt (vgl. Longerich 1989, S. 115). Das Merkmal, dass das Deutsche harte Konsonanten besitzt, kann als ein Grund angeführt werden, dass deutschsprachige Texte im Ausland erfolgreich sind. Dies wird besonders an der Band Rammstein deutlich (vgl. Kap. 3.2.6.2). „Die deutsche Sprache klang in den Ohren der europäischen Nachbarn oft bedrohlich“ (Koch-Hillebrecht 2008, S. 341). Mit dieser Eigenschaft der deutschen Sprache spielt die Band Rammstein. Aber auch die weltweite Verbreitung des Deutschen kann als einer der Gründe für den Erfolg deutschsprachiger Texte im Ausland angesehen werden. Viele Menschen im Ausland sprechen und verstehen Deutsch und somit auch die deutschsprachigen Texte. Hinsichtlich der Anzahl der Muttersprachsprecher ist das Deutsche zwischen Rang 6 und Rang 11 der Sprachen der Erde einzuordnen (vgl. Ammon 1991a, S. 42). Die deutsche Sprache gehört zu den international bedeutsamsten Sprachen (vgl. Ammon 1991a, S. 567) und hat eine stärkere internationale Stellung als das Schwedische. Deutsch ist Amtssprache in folgenden Ländern: Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein, Luxemburg, Belgien und Italien<sup>290</sup> (vgl. Ammon 1991b, S. 14). Außerdem wird Deutsch in ca. 25 weiteren Ländern von einer beachtenswerten Zahl an Minderheiten gesprochen (vgl. Ammon 1991b, S. 17). „[...] German is spoken by nearly 100 millions Europeans [...]“ (Hüppauf 2004, S. 5). Auch in der Schule wird Deutsch oft in anderen Ländern unterrichtet. Als zweite Fremdsprache wird Deutsch in Bulgarien (36,7 %) <sup>291</sup>, in Tschechien (58,3 %), in Dänemark (35,4 %), in Irland (16,8 %), Luxemburg (95,5 %), in Ungarn (49,4 %), in den Niederlanden (85,8 %), in Polen (48,9 %),

---

<sup>290</sup> In Deutschland, Österreich, Liechtenstein, der Schweiz und Luxemburg ist Deutsch Amtssprache auf nationaler Ebene, in Belgien und Italien auf regionaler Ebene (vgl. Ammon 1991b, S. 15).

<sup>291</sup> In Klammern sind jeweils die Prozentzahlen angegeben, die besagen, von wie vielen Prozent der Schüler die deutsche Sprache als zweite Fremdsprache in den jeweiligen Ländern gelernt wird.

in Slowenien (72,1 %), in der Slowakei (69,5 %), in Finnland (29,2 %) und in Großbritannien (11,2 %) von den Schülern gelernt (vgl. Eurostat 2011, S. 50). Somit ist die deutsche Sprache weltweit verbreitet und trifft auch im Ausland auf ein Publikum, welches die deutschen Texte versteht. Aber auch bei Nichtverstehen der Texte macht die Eigenschaft, dass das Deutsche harte Laute besitzt, die Sprache und somit die Songs für Zuhörer im Ausland attraktiv. Pop- und Rockmusik funktioniert somit auch im Ausland, wenn sie nicht auf Englisch verfasst ist.

Jedoch sind deutsche Bands nicht nur mit deutschsprachigen Songs erfolgreich, sondern auch mit englischen. Wie in dem Kapitel zur deutschen Musikgeschichte deutlich geworden ist, gab es immer wieder Jahre, in denen die Musiker fast ausschließlich auf Englisch sangen und die deutsche Sprache „out“ gewesen ist. Welchen Vorteil hat das Singen auf Englisch für die deutschen Musiker? Sie müssen sich beim Texten nicht so viel Mühe geben, da Englisch von den meisten Deutschen nicht so gut verstanden wird wie ihre Muttersprache. Bei deutschsprachigen Texten werden sinnlose Texte oder Textpassagen viel schneller deutlich. Englisch ist die weltweit am häufigsten gesprochene Sprache – noch vor dem Chinesischen – mit ca. 1.500 Millionen Sprechern, ca. ¼ der Weltbevölkerung spricht Englisch (vgl. Crystal 2003, S. 69). Deswegen trifft man mit englischsprachigen Songtexten auf einen größeren Absatzmarkt. Die Bevorzugung des Englischen kann also kommerzielle Gründe haben. Außerdem kann die Wahl des Englischen ästhetische Gründe haben. Auf Englisch kann man Sachen in weniger Worten ausdrücken, also kürzer mit meist einfacheren Satzkonstruktionen. Im Vergleich zu Schweden lernen in Deutschland weniger Schüler Englisch als erste Fremdsprache. 91,4 Prozent der Schüler (Stand: 2007/08) der Sekundarstufe II in Deutschland lernen Englisch als erste Fremdsprache (vgl. Eurostat 2011, S. 50). Auch wenn es sich um weniger Schüler als in Schweden handelt, ist dies trotzdem die überwiegende Mehrheit. Für auf Englisch singende deutsche Bands sind gute Englischkenntnisse wichtig.

#### **4.2.3.3 Staatliche Subventionen**

Während es schon lange gängig ist, dass sich die Politik der Filmwirtschaft annimmt, war dies bei der Musik bisher nicht der Fall (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 215). Eine von Niketta und Volke erstellte Studie



zeigt auf, dass Rockmusik, obwohl sie einer der wichtigsten Wirtschaftsträger ist, nicht ausreichend subventioniert wird. Für alle anderen Kulturbereiche, wie z. B. klassische Musik oder Theater, sind Subventionen eine Selbstverständlichkeit. Von kulturpolitischer Seite wird oft argumentiert, dass Rock- und Popmusik, da die Genres wirtschaftlich erfolgreich sind, nicht subventioniert werden müssen. Niketta und Volke zufolge ist dies nicht zutreffend, „[...] denn die Ergebnisse der Studie zeigen, daß der Großteil der Rockmusiker und Rockmusikerinnen wirtschaftlich keinen Erfolg hat“ (Niketta/Volke 1994, S. 141). Semi- und Non-Professionals sind erst gar nicht in der Lage, ihren Lebensunterhalt nur mit dem Musikmachen zu bestreiten und auch vielen Professionals gelingt dies nicht. Geringe Gagen und hohe Proberaummieten führen dazu, dass sie oft sogar für das Musikmachen zahlen müssen (vgl. Niketta/Volke 1994, S. 141). Auch in der Nachwuchsförderung wird von vielen in der Musikbranche arbeitenden Menschen Nachholbedarf gesehen. Gerade im Vergleich zu den skandinavischen Ländern werde dort mehr für den Musiknachwuchs getan als in Deutschland, führt die deutsche Band Kettcar, gleichzeitig Mitbegründer des Musikverlags Grand Hotel van Cleef, in einem Interview an. Sie macht auch auf die schlechte Proberaumsituation in Deutschland aufmerksam und die Band schlägt vor, dass die Kommunen mehr Geld investieren, da es gut wäre, wenn sich Jugendliche treffen und zusammen Musik machen (vgl. Leuck 2012). Niketta und Volke stellen sich die Frage, warum der Staat nicht für eine ausreichende Anzahl an Übungsräumen sorgt. Mit der Bereitstellung von Proberäumen können Jugendliche musikkulturell gefördert werden (vgl. Niketta/Volke 1994, S. 103). In den letzten Jahren gab es eine positive Veränderung in der Hinsicht, dass sich die Politik nun mehr der Musik annimmt. Während der Popkomm 2007, die von mehreren hochrangigen Ministern und Bürgermeistern besucht wurde, ist die Initiative Musik zur Förderung nationaler Pop-, Jazz- und Rockmusik gegründet worden. Seit 2007 werden so mit einer Million EUR Bundesmittel pro Jahr Musikexport, Integration und Nachwuchsmusiker gefördert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 214f.) Die Politik nimmt sich mittlerweile der Förderung von Musik an. Der Rock- und Popbereich wurde in den letzten Jahren von vielen Seiten effizient gefördert und es gab schon viele Fortschritte. Es gab Förderungen von privater bzw. wirtschaftlicher<sup>292</sup> und öffentlicher bzw. staatlicher Seite. Als Beispiele der Förde-

---

<sup>292</sup> Eine Einrichtung zur Förderung populärer Musik ist die Volkswagen Sound Foundation, die im August 1997 gegründet wurde und das Ziel hat, jungen Talenten in der populären



rung von öffentlicher Seite sind die Einrichtung von Pop- und Rock-Abteilungen in Musikschulen sowie die Einführung von Studiengängen für Pop und Rock zu nennen. Die sog. Rockbeauftragten haben u. a. die Aufgabe, Proberäume bereitzustellen und Auftritte zu organisieren, um so die örtliche Musikszene zu unterstützen (vgl. Niketta/Volke 1994, S. 141). Das Goethe-Institut leistet einen Beitrag zur Musikexportförderung und organisiert z. B. Tourneen für Musiker im Ausland (vgl. Goethe Institut). Dadurch, dass mittlerweile immer mehr der Rockbereich gefördert wird, scheint es, als hätte Deutschland die Wichtigkeit der Förderung der Rock- und Popmusik erkannt. „Anders als im europäischen Ausland kommen Künstler und Unternehmen in Deutschland bisher nur in geringem Umfang in den Genuss finanzieller Unterstützungsprogramme“ (Kuerbis/Scholz 2007, S. 14). Klassische Musik wird in Deutschland massiv gefördert, Rock- und Popmusik jedoch meistens nicht. Hier sei Schweden viel weiter, wie Johannes Strate, Sänger der Band Revolverheld, herausstellt (vgl. Hermann 2013).

Dort wird jungen Bands vom Staat der Tourbus bezahlt, und dann können die damit durch Europa fahren. Eine deutsche Newcomer-Band könnte sich das nicht leisten. Auf der anderen Seite fliegen deutsche Jugendsinfonieorchester um die ganze Welt – doch das muss unbedingt so bleiben. Nur müsste für Pop dasselbe möglich sein und gleiches Recht gelten. Bands müssen es in Deutschland wirklich aus eigener Kraft schaffen. Staatliche Förderung von Popmusik, das klingt nach höherem Kulturretat (Hermann 2013).

Es sind in Deutschland im europäischen Vergleich durchaus Defizite zu erkennen, die nicht von heute auf morgen beseitigt werden können. Auch im Folgenden wird dies deutlich werden.

#### 4.2.3.3.1 Musikexportbüro

Während das schwedische Musikexportbüro zu den ältesten der Welt zählt, wurde das deutsche Musikexportbüro German Sounds erst zehn Jahre später – 2003 – gegründet. In Deutschland herrschen Defizite, so dass eine Intensivierung des Musikexportes erforderlich ist. Deutschland ist in vielen Bereichen Exportland, im Musikbereich jedoch nicht, wie in Kapitel 4.2.1 herausgestellt

---

Musik Starthilfe zu geben. Es werden Pop- und Rocknachwuchskünstler sowie Bands gefördert. Dies gelingt der Soundwagen Sound Foundation mit großem Erfolg. Von 4.700 Bands, die um eine Förderung angefragt haben, konnten 670 gefördert werden (vgl. Heipel 2000, S. 14).

wurde (vgl. Haack 2004). Da Deutschland im internationalen Vergleich in Sachen Musikwirtschaftsförderung das Schlusslicht bildete (vgl. Block 2002, S. 158), wurde im Juli 2002 von Vertretern der deutschen Musikwirtschaft<sup>293</sup> eine Studie zur Musikexportförderung in Auftrag gegeben. Auch die Regierung gehörte zu den Auftraggebern dieser Studie (vgl. Block 2002, S. 15). Der Musikexport schien nun auch die Regierung zu beschäftigen und man nahm sich der Tatsache an, dass der Musikexport in den europäischen Nachbarländern bisher viel stärker gefördert worden war. Es sollte durch die Studie herausgefunden werden, ob es notwendig ist, ein deutsches Musikexportbüro einzurichten. Um diese Entscheidung treffen zu können, wurden – neben der Betrachtung ausländischer Musikexportförderaktivitäten – 1.196 Unternehmen der Musikwirtschaft – wie z. B. Tonträgerfirmen oder Musikverlage – mittels eines Fragebogens, der ihnen per E-Mail zugeschickt worden ist, befragt. Es wurden ihnen Fragen über ihre Katalogzusammenstellung, die Exportsituation und ihre Einstellung zu einem Musikexportbüro gestellt. Die Befragung, die eine gute Resonanz hatte, da 16 Prozent der 700 befragten Independentlabels und –vertriebe den Fragebogen beantworteten, ergab, dass 96 Prozent der befragten Unternehmen die Einrichtung eines Musikexportbüros befürworten (vgl. Block 2002, S. 15). Als Resultat der Studie wurde u. a. die baldige Einführung eines Musikexportbüros gefordert, um der Wettbewerbsverzerrung, welche am internationalen Musikmarkt besteht, da es im Ausland Musikexportförderungen gibt, entgegenzuwirken. Außerdem wird durch die zeitnahe Einrichtung eines deutschen Musikexportbüros die Mitarbeit an europäischen Musikexportaktivitäten ermöglicht. Ein deutsches Musikexportbüro soll folgende Zielsetzungen haben: die Förderung des deutschen Ansehens im Ausland als Standort für eine kreative Industrie und die Stärkung der Umsätze der deutschen Musikindustrie durch die Vermarktung deutscher Musik im Ausland (vgl. Block 2002, S. 16). Diese Studie führte dazu, dass am 15.02.2003 das deutsche Musikexportbüro German Sounds AG von den Auftraggebern der Studie, somit auch der Bundesregierung, gegründet wurde. Die Politik scheint also die Wichtigkeit der Musikexportförderung erkannt zu haben. Für den Aufbau des Musikexportbüros standen 640.000 EUR zur Verfügung (Stand: 2006). Davon stammte ca. die Hälfte aus

---

<sup>293</sup> Hierzu gehören die GEMA, der Verband Unabhängiger Tonträgerunternehmen (VUT), die Deutsche Landesgruppe der ‚International Federation of the Phonographic Industry‘ (IFPI), die Gesellschaft für die Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL) und der Deutsche Musikverleger Verband (DMV), in Absprache mit dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur- und Medienangelegenheiten (BKM).

öffentlichen Geldern, die andere Hälfte wurde von der Musikindustrie getragen. Die Bundesregierung leistete somit eine Anschubfinanzierung (vgl. Nmz 2006). Vom Musikexportbüro sollen folgende Dienstleistungen geleistet werden:

Die Zielsetzung eines ‚German Music Export Office‘ (GeMEO) sollte die Stärkung der Basis und der Umsätze aller Musikfirmen (Labels und Verlage) in Deutschland durch die Vermarktung deutscher Musikprodukte im Ausland und die Förderung des Ansehens Deutschlands als Standort für kreative Industrien sein (Block 2002, S. 16).

Man hatte also erkannt, dass es wichtig ist, die bisher fehlende Infrastruktur im Ausland aufzubauen, so dass der Export erleichtert wird. Das deutsche Musikexportbüro soll Netzwerke bieten und die Labels sollen sich über mögliche Vertriebspartner informieren können (vgl. Scholz 2007, S. 10). Insgesamt 5.500 mittelständische Unternehmen sollen durch das Musikexportbüro unterstützt werden (vgl. Fesel 2007, S. 92). Ziel ist es, deutsche Musik im Ausland zu verbreiten und German Sounds soll dabei aktive Unterstützung bieten (vgl. Haack 2004). So wurde z. B. die Studie des Projekts Zukunft, welches in Kapitel 4.2.1 schon angesprochen wurde, von German Sounds durchgeführt. Die Studie stellte heraus, dass der Musikexport immer wichtiger wird und die Berliner Musikunternehmen gerne finanzielle Unterstützung sowie Hilfe bei der Vermittlung von Kontakten zu Promotion- und Marketingpartnern im Ausland erhalten würden. Für die Musikunternehmen ist es von großem Interesse, an Musikfestivals und –messen teilzunehmen, Netzwerke zu pflegen und Märkte zu erschließen. Der Bedarf nach Beratungsleistungen, finanzieller Unterstützung, Matchmaking-Veranstaltungen, Messegemeinschaftsständen und Informationen besteht (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 2). Maßnahmen müssen immer wieder angepasst werden, weil die Musikbranche sehr schnelllebig ist und es eine hohe Personal- und Firmenfluktuation gibt. Es wird also abermals deutlich, wie wichtig und sinnvoll die Arbeit eines Musikexportbüros ist, denn es kann die Musikunternehmen in vielen Bereichen unterstützen.

Die Schlussfolgerung, dass die deutsche Regierung die Wichtigkeit des Musikexportes und die Notwendigkeit einer finanziellen Unterstützung erkannt hat, kann seit 2006 nicht mehr aufrechterhalten werden. Seit 2006 unterstützt die Bundesregierung German Sounds nicht mehr finanziell. Die Bundesregierung hatte das Ziel, die Einrichtung aufzubauen. Dieses Ziel wurde erreicht und nun müssen die Anteilseigner und Träger, also die Musikwirtschaft, das deutsche Musikexportbüro weiter finanzieren, da sie primär Nutznießer seien. Die Dauer der Förderung sei von Beginn an auf drei Jahre beschränkt gewesen. Der Ge-

schäftsführer von German Sounds, Peter James, informierte die Bundesregierung darüber, dass ohne die finanzielle Förderung der Bundesregierung das deutsche Musikexportbüro nur drei Monate weiterarbeiten könne. Die Bundesregierung ist allerdings der Ansicht, dass die Musikwirtschaft den Bestand des Musikexportbüros sichere, wenn sie an German Sounds interessiert sei und sich zu ihrer Verantwortung bekenne (vgl. Deutscher Bundestag 2006). „Weiter betont die Regierung, aus ihrem Engagement in der Filmexportförderung lasse sich keine Verpflichtung für weitere Mittel an 'German Sounds' ableiten. Die Märkte für Film und Musik 'unterscheiden sich gravierend', so die Regierung“ (Deutscher Bundestag 2006). Das deutsche Musikexportbüro German Sounds existiert heutzutage nicht mehr. Recherchen ergaben, dass in den Jahren 2006 und 2007 in mehreren Artikeln, einem offenen Brief und in einer Anfrage der FDP an den Deutschen Bundestag auf die geplante Streichung der öffentlichen Gelder für German Sounds hingewiesen wurde, jedoch ist danach nicht mehr über German Sounds berichtet worden, so dass davon ausgegangen werden muss, dass German Sounds seit 2007 nicht mehr existiert. Dies ist als ein großer Nachteil für den deutschen Musikexport zu sehen, da die kulturelle Arbeit, die German Sounds während seines Bestehens geleistet hat, wegfällt. „Die Präsentation der deutschen Musikszene im Ausland - gerade als Botschafter für ein junges, vitales, weltoffenes Deutschland - ist und sollte ein Muss für Politik und Wirtschaft sein“ (Peltner 2006). Das Musikexportbüro sollte nicht nur für eine Erweiterung des Absatzmarktes sorgen, sondern auch die deutsche Kultur im Ausland präsentieren. Das deutsche Musikexportbüro hat dafür gesorgt, dass das Interesse an deutscher Musik im Ausland gestiegen ist (vgl. Peltner 2006). Die Schließung von German Sounds hat somit negative Folgen für den deutschen Musikexport und die deutsche Musikindustrie. Die Musikunternehmen erfahren nun keine Unterstützung mehr beim Erschließen von Auslandsmärkten, beim Bewerben von deutscher Musik im Ausland, bei der Durchführung von Showcases und erhalten keine Beratung und Informationen mehr, obwohl der Bedarf danach vorhanden ist. Das Musikexportbüro wäre auch gut dafür geeignet gewesen, herauszufinden, welche Länder als Exportmärkte geeignet sind, denn nicht jedes Land eignet sich als Exportmarkt. Kriterien, die eine Einschätzung darüber geben, ob ein Land als Exportmarkt geeignet ist, sind Marktdurchlässigkeit, Piraterie, Umsatz und Absatz. Vor allem der mit internationalem Repertoire erwirtschaftete Umsatz eines Auslandsmarktes ist entscheidend (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 7). German Sounds hätte also einen

wichtigen Beitrag für am Musikexport interessierte Musikunternehmen leisten können. Eine Anschubfinanzierung ist also auf jeden Fall nicht ausreichend gewesen, um den Musikexport langfristig zu fördern.

Angeführt werden muss, dass im Jahr 2000, also noch vor German Sounds, das Deutsche Musik-Exportbüro gegründet worden ist. Dieses ist ein Projekt vom Verein Deutsche Sprache (VDS), dem Deutschen Rock- und Popmusiker-Verband (DRMV) und der Internationalen Medienhilfe (IMH) (vgl. <http://www.musikexport.de/index.php?rubrik=0012>). Das Musikexportbüro hat die Aufgaben, den Absatz deutscher Tonträger im Ausland zu steigern und deutsche Musiker im Ausland bekannt zu machen. Durch das Angebot von Dienstleistungen für ausländische Musikinteressierte und die Musikwirtschaft will das Deutsche Musik-Exportbüro diese Aufgaben erfüllen (vgl. <http://www.musikexport.de/index.php?rubrik=0006>). In der am Anfang des Kapitels erwähnten Studie von Amke Block ist mit keinem Wort erwähnt worden, dass schon ein anderes deutsches Musikexportbüro existiert. Wenn die Einrichtung eines Musikexportbüros untersucht werden soll, kann nicht ausgeblendet werden, dass es bereits ein anderes Musikexportbüro gibt. Es zeigt sich also, dass die Organe der Musikwirtschaft enger zusammenarbeiten sollten. Die beiden Musikexportbüros wurden von unterschiedlichen Organisationen gegründet. Optimal wäre es gewesen, wenn sich diese zusammengeschlossen hätten, da beide Musikexportbüros als vorrangiges Ziel angegeben haben, deutsche Musik im Ausland zu verbreiten und bekannt machen zu wollen. Auch die Homepage des Deutschen Musik-Exportbüros ist nicht aktuell, so dass nicht ersichtlich ist, ob dieses noch aktiv ist. Die letzten Neuigkeiten stammen aus dem Jahr 2012. Auf E-Mail-Anfragen kamen keine Antworten. Es kann also festgehalten werden, dass es kein in dem Umfang agierendes Musikexportbüro wie in Schweden gibt. Es werden weder Statistiken zum Musikexport erstellt, noch ist ersichtlich, ob das Deutsche Musik-Exportbüro noch aktiv ist. Im Gegensatz zu ExMS, das gerade an einer neuen Homepage arbeitet, ist die Homepage des Deutschen Musik-Exportbüros veraltet. Außerdem wurde ExMS zehn Jahre vor German Sounds gegründet. Dies zeigt deutlich, dass Schweden viel eher als Deutschland die Wichtigkeit der Musikexportförderung erkannt hat. Schweden scheint also schon weitaus eher die Rolle der Populärmusik als Wirtschaftsfaktor erkannt zu haben. Im Gegensatz zum deutschen Musikexportbüro hat ExMS eine Facebookseite und hier findet man immer die aktuellsten Neuigkeiten und Informationen. Die sozialen Netzwerke werden somit vom deut-



schen Musikexportbüro nicht genutzt, was ein großer Nachteil ist, denn gerade über soziale Netzwerke wie Facebook erreicht man junge Musiker, die Unterstützung gebrauchen könnten. Die deutsche Regierung hat die Wichtigkeit der Förderung des Musikexportes nicht erkannt, da das anfangs von der Regierung mitfinanzierte Musikexportbüro German Sounds nicht mehr existiert. Die Musikbranche war nicht in der Lage, das Musikexportbüro alleine zu finanzieren und die Regierung hat sich ihrer Verantwortung entzogen.

#### **4.2.3.4 Neue Technologien**

Da das Internet zu großen Veränderungen in der Musikbranche geführt hat und auch weiterhin führt, ist es notwendig, die Bedeutung des Internets für die Musikbranche und die Verbreitung in Deutschland zu diskutieren und darzustellen. Die Internet-Zugangsdichte der Haushalte lag 2011 in Deutschland bei 83 Prozent und 2013 bei 88 Prozent (vgl. Eurostat 2013). Gemäß einer Studie der ARD und des ZDF zur Internetnutzung in Deutschland, die seit 1997 jedes Jahr herausgegeben wird und bei der eine national repräsentative Stichprobe befragt wird, sind 76 Prozent der Deutschen im Jahr 2012 online. Die Anzahl der Internetnutzer hat sich in den letzten zwölf Jahren verdreifacht und somit sind 2012 53,4 Millionen Menschen online. Deutschland liegt im europäischen Vergleich mit diesen ermittelten 76 Prozent im oberen Mittelfeld (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 362). „Spitzenreiter sind die skandinavischen Länder und die Niederlande, in denen neun von zehn Bürgern online sind“ (Eimeren/Frees 2012, S. 362). Die mobile Internetnutzung mit Smartphones und Tablets hat sich seit 2009 mehr als verdoppelt und liegt nun bei 23 Prozent (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 366f.) Live im Internet hörten 2012 zehn Prozent Radio, 2011 waren es noch 13 Prozent (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 368). 2012 hörten 27 Prozent der Internetnutzer (entspricht 14,4 Millionen Erwachsenen in Deutschland) täglich Internetradio, Musikdateien wurden gelegentlich von jedem Vierten (also 24 Prozent) abgerufen (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 373). YouTube wird recht häufig von den deutschen Internetnutzern verwendet, in den letzten vier Wochen nutzten 48 Prozent aller Internetnutzer das Portal (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 371). Jedoch hat sich die GEMA noch nicht mit YouTube über die Höhe der Vergütung für die Urheber geeinigt, mit anderen Ländern bestehen jedoch größtenteils Lizenzverträge (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 15). Am Tag verbringt jeder deutsche Internetnutzer im



Schnitt 133 Minuten im Internet. Wenn man die Gesamtbevölkerung nimmt, also auch die Offliner dazurechnet, verbringt jeder Erwachsene durchschnittlich 83 Minuten täglich im Internet (vgl. Eimeren/Frees 2012, S. 375). Das Internet ist wichtig für die Musikbranche, da sich der Vertrieb<sup>294</sup> von Musik immer weiter in Richtung Internet verlagert. Über 40 Prozent des Umsatzes mit Musik werden heutzutage über internetbasierte Vertriebsformen hinweg erwirtschaftet (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 42). Auch um Musik im Ausland zu bewerben, setzt sich die Nutzung von Internetplattformen immer weiter durch (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 2). Insgesamt sind in Deutschland rund 70 Online-Musikdienste verfügbar (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 14). Am Umsatz des Digitalmarktes im Jahr 2011 spielten Einnahmen aus Abonnements und Werbung im Rahmen von Musikvideo- und Audio-streamings mit 26 Millionen EUR, das entspricht zehn Prozent des Digitalmarktes, keine große Rolle (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 15). Die digitalen Musikdienste werden in Deutschland immer mehr genutzt und akzeptiert (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 16). In Schweden arbeitet Spotify mit Telia zusammen, in Deutschland wäre eine Zusammenarbeit zwischen Telefon- und Internetanbietern und Streaming-Diensten wünschenswert, um Musik-Abonnements im Paket mit Telefon- oder Internettarifen anbieten zu können (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 18). Ein Problem sind immer noch die Verletzungen von Urheberrechten im Internet, z. B. die illegalen Musikdownloads. Im Jahr 2004 gab es weniger als 100.000 Nutzer von Online-Diensten, 2011 gab es schon 7,7 Millionen Download-Käufer von Musik. Dies zeigt, dass die Anzahl der legalen Nutzer stark gestiegen ist, jedoch werden die illegalen Umsonstangebote noch zu zahlreich genutzt (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 18). „Abo-basierte oder werbefinanzierte Streaming-Services finden mit einem Anteil von 2 Prozent dagegen in Deutschland noch immer kaum statt“ (Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 28). In der Studie des Bundesverbandes Musikindustrie wird ein Vergleich zu den skandinavischen Ländern gezogen. Dort ist das Streaming eine Erfolgsgeschichte, während es in Deutschland vor allem zum Vorhören und Stöbern geschätzt wird (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 31). Jedoch ist zu merken, dass Streaming-Services auch in Deutschland immer beliebter werden und an Bedeutung gewinnen. Festzuhalten bleibt, dass Schweden im Bereich

---

<sup>294</sup> Der Vertrieb über das Internet hat den Vorteil, dass sich ein erheblicher Teil der Transaktions- und Logistikkosten einsparen lassen (vgl. Emes 2004, S. 1).

der Streaming-Software eine Vorreiterrolle einnimmt und das Streaming in Deutschland deutlich langsamer angenommen wird.

Durch technische Neuerungen entstehen Änderungsperioden in der Musikwirtschaft. Die deutsche Musikwirtschaft hat aber keine fundamentalen technischen Neuerungen gezielt entwickelt. Der wirtschaftliche Nutzen von Musik war schon immer ein Resultat der technischen Neuerungen und war immer von der Technik abhängig (vgl. Kromer 2008, S. 45). Die Musikwirtschaft reagierte oft langsam auf technische Neuerungen (vgl. Kromer 2008, S. 50). Die Digitalisierung, die zur Entmaterialisierung ihrer Produkte führte, war die grundlegendste Neuerung der Musikbranche seit der aufkommenden Möglichkeit der Sendung in den 1920ern (vgl. Kromer 2008, S. 51). Man überließ oft anderen Marktteilnehmern zukunftsweisende Geschäftsfelder, z. B. bei der digitalen Zulieferindustrie. Kopierschutzsoftware wurde z. B. nicht von der Musikindustrie entwickelt, andere Marktteilnehmer verdienen mit ihrer Musikdateien schützenden Software hunderte Millionen (vgl. Kromer 2008, S. 65). Downloadportale wie Napster, iTunes oder Musicload, Internet-Radio/Streamingdienste wie Motor FM oder Last FM und Anbieter von mobilen Mehrwertdiensten wie ZED oder Jamba sind keine Gründungen oder Aktivitäten von traditionellen Musikunternehmen (vgl. Kromer 2008, S. 237f.) Es handelt sich um Start Ups internetaffiner, junger Menschen, strategische Gründungen musikfremder Unternehmen wie Apple oder T-Online oder um Neugründungen einzelner Unternehmer wie z. B. Motor FM oder Jamba (vgl. Kromer 2008, S. 238).

Insgesamt gesehen hat die deutsche Musikbranche zu langsam auf die Digitalisierung und die Internettechnologien reagiert und es versäumt, rechtzeitig die neuen Möglichkeiten gewinnbringend zu nutzen.

#### 4.2.3.4.1 Simfy

Simfy ist eine Streamingplattform, auf der über 25 Millionen Songs verfügbar sind. Es handelt sich um eine legale Streamingplattform, da die Anbieter Vereinbarungen mit Plattenfirmen geschlossen haben. Es werden faire Künstlerentlohnungen garantiert (vgl. <http://www.simfy.de/start>). Genau wie bei Spotify zahlen Kunden bei Simfy einen festen Preis und können, während das Abo läuft, auf das gesamte Repertoire zurückgreifen (vgl. Lischka 2012). Verglichen mit dem schwedischen Anbieter Spotify ist die Ähnlichkeit der Namen unverkennbar, auch die drei Nutzungsmodelle sind nahezu gleich: Simfy Free,

Simfy Premium und Simfy Premium Plus. Es fällt auf, dass Simfy erst viel später seinen Dienst aufnahm. Allerdings startete Spotify erst 2012 in Deutschland, Simfy schon 2010. Anfangs handelte es sich bei Simfy um eine Suchmaschine für MP3-Downloads. Im Unterschied zu Spotify kann man Simfy auch über den Browser nutzen, somit muss man das Programm nicht an verschiedenen Rechnern installieren. Spotify und Simfy funktionieren ähnlich, bei Spotify ist allerdings ein Konto bei Facebook verpflichtend, bei Simfy besteht diese Verpflichtung nicht. 2012 hatte der Dienst zwei Millionen User in Österreich, der Schweiz, Belgien und Deutschland (vgl. Frickel 2012).

Die Streamingdienste sind für die deutsche Musikbranche wichtig geworden, da die Einnahmen aus dem Digitalgeschäft – wie schon erwähnt – wachsen und ein Viertel der Einnahmen aus dem Digitalgeschäft bei der Warner Music Group von Abodiensten wie Spotify kommen (vgl. Lischka 2012). Aus diesem Grund ist es notwendig gewesen, dass auch in Deutschland Streamingplattformen eingerichtet worden sind. Jedoch ist diese Entwicklung viel später als in Schweden geschehen.

#### **4.2.3.5 Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie / Das Zusammenwirken der Branchen**

Genau wie in Schweden wird der deutsche Musikmarkt von den vier Majorlabels beherrscht, deren Betätigungsfeld von der Künstlerauswahl über die Produktion des Albums und der Herstellung des Tonträgers bis hin zur Vermarktung und zum Verkauf des Produktes reicht (vgl. Emes 2004, S. 49). Diese arbeiten auch genreübergreifend. Die Marktanteile der Majorlabels sind in Schweden und Deutschland ähnlich. Sie lagen im Jahr 2004 in Deutschland bei 73 Prozent und in Schweden bei 77,1 Prozent (vgl. Gebesmair 2008, S. 118). Neben den vier Majorlabels gibt es heutzutage in Deutschland rund 1.800 mittelgroße und kleine Musiklabels (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 18). Viele Künstler haben ihre eigenen Labels gegründet. Der deutsche Musiker Gentleman gründete z. B. das Label Bushhouse und Herbert Grönemeyer das Label Grönland Records. Heutzutage ist die Musikindustrie in Deutschland und Schweden ähnlich strukturiert. Mehrere Geschäftsfelder werden zunehmend in einem Unternehmen gebündelt (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 4). Erwähnenswert ist, dass die Infrastruktur, die für die Verbreitung von Musik erforderlich ist, wie z. B. Musikgeschäfte, Schallplattenpresswerke, Musikverlage und Auf-

trittsorte, nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland vielfach zerstört war und somit das Warenangebot zunächst sehr gering war. Außerdem fehlte der deutschen Bevölkerung in den ersten Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg aufgrund der materiellen Not die Kaufkraft (vgl. Siepen 1994, S. 30). Die Produktionsstätten und auch die Personal- und Organisationsstrukturen der Schallplattenindustrie in Deutschland wurden während des Zweiten Weltkrieges weitestgehend zerstört. Somit stand die deutsche Musikindustrie 1945 vor einem Neubeginn (vgl. Pendzich 2004, S. 265). Da dies in Schweden nicht der Fall war, hatte die deutsche Musikindustrie einen deutlichen Nachteil im Vergleich zur schwedischen, da hier die Infrastruktur der Schallplattenindustrie nicht neu aufgebaut werden musste.

Im Vergleich zu anderen Märkten enthielten die deutschen Charts mehr Coverversionen als andere Charts. Besonders in den 90er Jahren setzte die deutsche Musikindustrie auf Coverversionen und vernachlässigte einen strukturierten Künstleraufbau, da sich insbesondere im Dance und Techno in den 90er Jahren kurzfristige, schnell einsetzende Erfolge einstellten (vgl. Pendzich 2004, S. 376). Es gelang allen großen Musikmärkten, Stars aufzubauen, von denen mehrere Jahre lang eine Reihe von Alben verkauft wurden. Nur dem deutschen Musikmarkt gelang dies nicht (vgl. Pendzich 2004, S. 379). Seit 2004 gibt es eine Veränderung in der deutschen Musikbranche. Innerhalb der deutschsprachigen Pop- und Rockmusik ist die Musik nicht mehr auf One-Hit-Wonder, sondern auf Albenproduktion und langfristigen Erfolg ausgelegt (vgl. Kapitel 3.2.6). So verdoppelte sich in den Jahren von 2000 bis 2006 der Anteil deutscher Musik in den deutschen Album-Charts auf 40 Prozent (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 206). Im Jahr 2004 wurden besonders viele Unternehmen gegründet (vgl. Kuerbis/Scholz 2007, S. 5). Allerdings stellt Pendzich fest, dass „[...] in der Branche keine grundlegenden Strukturveränderungen oder firmenpolitische Neuausrichtungen zu beobachten [...]“ (Pendzich 2008, S. 253) sind. Diese sind jedoch für einen erfolgreichen Musikexport wichtig. Die Einrichtung des Musikexportbüros zeigt zwar, dass man Strukturveränderungen erreichen möchte, jedoch hat Kapitel 4.2.3.3.1 gezeigt, dass das deutsche Musikexportbüro keine so große Rolle wie in Schweden spielt und nicht gut in die deutsche Musikindustrie integriert wurde. Auch wurden Strukturveränderungen im Vergleich zu Schweden reichlich spät in Angriff genommen.

Es ist „[...] vor allem das komplexe Zusammenspiel vieler Menschen, von den Komponisten und Songschreibern über die Produzenten und Promotoren bis zu

den Studiomusikern, die dazu beitragen, dass ein Song, Album oder Künstler zu einem Erfolg wird“ (Bundesverband Musikindustrie 2012, S. 19). Das Zusammenwirken innerhalb der Musikbranche zwischen den einzelnen Akteuren ist deshalb von besonderer Bedeutung. Der ökonomische Erfolg der Musikbranche hängt von einer guten Qualität eines Kooperations- bzw. Beziehungsgeflechtes zwischen Musikwirtschaft und Musikern als auch zwischen Medien- und Musikwirtschaft ab. Auch die privaten und öffentlichen Kultureinrichtungen oder Kulturförderer müssen gut mit der Medienwirtschaft kommunizieren (vgl. Steinbrück 2000, S. 9). Es werden gut funktionierende Netzwerke benötigt, die Zusammenarbeit in der Musikbranche sowie die kommunikativen Verbindungen müssen gut funktionieren, um einen Musikexporterfolg gewähren zu können. Viele deutsche Bands und Musiker zeigen, dass Netzwerke funktionieren und die einzelnen Musiker gut zusammenarbeiten können. Seit 2007 ermöglicht die in Deutschland sehr erfolgreiche Band Silbermond unbekanntem und neuen Bands, in dem Vorprogramm ihrer Konzerte aufzutreten. Besonders fördern sie Bands aus ihrer Heimat und kümmern sich auch sonst um den Rocknachwuchs, was z. B. durch die Teilnahme an einem Workshop der *Stiftung Musik hilft* deutlich wird. Hier zeigte sie Bands aus sozialen Brennpunkten, wie Rockmusik funktioniert (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 172). Judith Holofernes, Sängerin von *Wir sind Helden*, übernahm z. B. 2004 die Backing-Vocals von zwei Songs des Albums *Wovon sollen wir leben* von Tele. Die Band *Wir sind Helden* wurde dafür z. B. von Ingo Puls, Mitglied in der Band MIA, bei zwei Songs ihres Albums *Von hier an blind* unterstützt, da er dort als Hornist eingesetzt wurde (vgl. Fuchs-Gamböck/Schatz 2008, S. 188). Der Sänger der Band *Revolverheld*, Johannes Strate, betont, dass in der Hamburger Musikszene jeder jeden kennt und es kaum Konkurrenzdenken gibt (vgl. Hermann 2013). Hier könnte man noch etliche weitere Beispiele anführen, die das gute Zusammenarbeiten der Musiker der Neuesten Deutschen Welle zeigen. Die Musiker profitieren davon, dass sie sich untereinander auf Tourneen und im Studio aushelfen und auch Songs zusammen produzieren und aufnehmen.

#### **4.2.3.6 Das Image deutscher Musiker**

Während in Kapitel 4.1.3.6 festgestellt wurde, dass es ein Schweden-Image gibt und dieses erfolgreich von schwedischen Marketingagenturen und den Musik-



verlagen genutzt wird, um schwedische Musik zu vermarkten, stellt sich die Frage, ob es auch ein Deutschland-Image gibt, welches von deutschen Musikverlagen für die Vermarktung ihrer Produkte genutzt wird. Womit wird Deutschland im Ausland in Verbindung gebracht? „Das Konzept Deutschheit/Germanness besagt, daß es eine gewisse kulturelle Praxis und einen Stil gibt, der innerhalb nationaler Grenzen existiert und die Essenz einer nationalen Kultur ausmacht“ (Breidenbach 1994, S. 41). Es gibt somit Inhalte, die als „typisch deutsch“ angesehen werden, welche sich je nach sozialer Gruppe und Epoche ändern können (vgl. Breidenbach 1994, S. 41).

Bier, Lederhosen, Jägermeister, das Oktoberfest, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, das Reservieren von Sonnenliegen im Urlaub, die Autobahnen<sup>295</sup> und Fleiß sind Dinge, die man spontan mit Deutschland in Verbindung bringt. Typisch für die Deutschen ist, dass sie eine starke Bindung an ihren Besitz haben (vgl. Breidenbach 1994, S. 54), besonders zu ihren Autos ist die Bindung stark (vgl. Breidenbach 1994, S. 58). Die deutsche Wirtschaft ist erfolgreich (vgl. Koch-Hillebrecht 2008, S. 38). Deutsche haben ihre Türen im Gegensatz zu Amerikanern meist geschlossen (vgl. Breidenbach 1994, S. 65). Deutsche Objektansprüche und deutsche Produkte werden oft als praktisch, zuverlässig, solide, zweckmäßig und haltbar beschrieben (vgl. Breidenbach 1994, S. 71). Eine hohe Qualität spielt für die Deutschen eine große Rolle (vgl. Breidenbach 1994, S. 80). Sie gelten als präzise, gründlich und gewissenhaft (vgl. Breidenbach 1994, S. 85). Für deutsche Produkte gibt es das Qualitätssiegel „Made in Germany“. Die deutschen Waren sind im Ausland begehrt, sie zeichnen sich durch präzise, zuverlässige Gestaltung nicht aber durch modische Stilisierung oder fantasievolles Design aus (vgl. Koch-Hillebrecht 2008, S. 38). Deutsche gelten „[...] als nicht so modeabhängig wie andere Kulturen“ (Breidenbach 1994, S. 78). Die Deutschen sind also auch nicht so trendbewusst wie die Schweden. Dass die hier aufgezählten typisch deutschen Eigenschaften meist Klischees, Stereotype oder Vorurteile sind, bedarf keiner gesonderten Erwähnung. Es sollte deutlich gemacht werden, dass das deutsche Volk viel heterogener ist als das schwedische, es aber auch das Konzept der *Germanness* gibt, den Deutschen und deutschen Produkten bestimmte Eigenschaften zugeschrieben werden.

Es gibt jedoch keine Merkmale, die man deutscher Rock- und Popmusik zuschreibt. Wie in Kapitel 3.2 herausgestellt wurde, haben einzelne Bands und

---

<sup>295</sup> Einer der wenigen in den USA erfolgreichen Hits ist – wie schon erwähnt – der Hit Autobahn der Band Kraftwerk aus dem Jahr 1974.



deren Musik ein spezielles Image, besonders deutlich wird dies bei Rammstein. Jedoch gibt es nichts, das man allgemein mit deutscher Populärmusik verbindet. Dies spricht für die Heterogenität deutscher Populärmusik und für einen Mangel der deutschen Musikbranche, die auf ein fehlendes Image deutscher Musik im Ausland blickt. In Deutschland wird deutsche Musik nicht als Imagefaktor eingesetzt und deutsche Musiker sind kein Teil des Marketings Deutschlands. Deutsche Musik trägt nicht dazu bei, das Deutschland-Image zu beeinflussen und zu verändern, wie dies in Schweden der Fall ist. Es kann aber durchaus profitabel sein, seine Produkte als Deutsch zu kennzeichnen, da die Herkunft aus Deutschland in anderen Bereichen als Qualitätssiegel dient – wie z. B. bei Autos. „International erfolgreich waren in der Regel immer nur deutsche Künstler, die aus ihrer Herkunft keinen Hehl machten“ (Renner/Wächter 2013, S. 41). In der deutschen Musikbranche hat man es aber bisher versäumt, ein Image deutscher Musik und Musiker aufzubauen.

#### **4.2.3.7 Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien**

In Deutschland änderten sich die Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien in den einzelnen Jahrzehnten. In den 50er Jahren spielten mehrere Schlagerstars, wie z. B. Caterina Valente, Freddy Quinn oder Peter Alexander, in Filmen mit und dort sangen sie oft ihren aktuellen Hit oder mehrere Songs und promoteten so ihre Singles (vgl. Pendzich 2004, S. 269). Schon in den 80er Jahren, gezielt dann ab den 90er Jahren, wurde das Crossmarketing eingesetzt (vgl. Pendzich 2004, S. 348). „Bei dieser Marketing-Methode versucht man z. B. durch Kopplung von verschiedenen Medien für ein Produkt mehrere Zielgruppen gleichzeitig zu erreichen“ (Pendzich 2004, S. 348). Musikvideos, wie sie auf MTV oder VIVA gezeigt werden, dienen nicht nur dazu, populäre Musik zu bebildern, sondern sie dienen auch der Vermarktung von Populärmusik (vgl. Neumann-Braun/Mikos 2006, S. 13). Wenn sich z. B. ein Song in der MTV-Rotation befindet, führt dies zu Umsatzsteigerungen von bis zu 20 Prozent (vgl. Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 135). Heutzutage hat MTV jedoch eine nicht mehr so beachtliche Wirkung, da der Sender mittlerweile zum Bezahlfernsehen geworden ist und nicht mehr so viele Zuschauer erreicht. Das Gewicht hat sich zu YouTube oder Facebook verlagert. Für den Musikmarkt haben die Medien eine enorme ökonomische Bedeutung, sie sind ein wichtiger Bestandteil der Wertschöpfungskette und dienen als Marketing-Plattform für Musik (vgl. Wein-

acht/Scherer 2008, S. 7). Außerdem steht z. B. MTV für Globalität und Internationalität (vgl. Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 26). Durch das Radio, das Fernsehen oder das Internet breitet sich Populärmusik global aus und Musik ist nicht an nationale Grenzen gebunden. Die Musiker und die Musikindustrie müssen also die Medien nutzen, um Musik im Ausland zu verbreiten.

Musik kann auch dafür eingesetzt werden, andere Güter zu vermarkten. Die Werbespots im Fernsehen oder Radio sind meist mit Musik unterlegt, dadurch lassen sich oft beträchtliche Summen verdienen (Kromer 2008, S. 125). Musik spielt für das Internet, den Hörfunk, die Printmedien und für das Fernsehen, also für alle Medien, eine wichtige Rolle. Im Fernsehen kann Musik z. B. unterschiedliche Funktionen haben und sie kann u. a. als Hintergrundmusik eingesetzt werden, Programminhalt sein, visuelle Inhalte untermalen oder Pausen überbrücken (vgl. Weinacht/Scherer 2008, S. 7). Zur Förderung der deutschen Musik und des Musikexportes ist es von Bedeutung, gezielt Massenmedien einzusetzen. Menschen werden vermarktet, dies nennt man „Celebrity Marketing“, „Mensch als Marke“ oder „Personality Marketing“ (vgl. Herbst 2003, S. 9). Der Mensch erhält ein Image, durch das er klar erkannt wird und sich die Menschen mit ihm identifizieren können (vgl. Herbst 2003, S. 10). Auch Musik braucht ein Image, mit dem sie vermarktet werden kann. Wie im letzten Kapitel deutlich wurde, ist dies in Deutschland noch nicht so gut gelungen wie in Schweden. Auch an dem Einsatz von Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien, um deutsche Musik im Ausland zu verbreiten und zu vermarkten, muss in Deutschland noch effektiver gearbeitet werden.

#### **4.2.3.8 Weitere Faktoren**

Während schwedische Musiker auf Auslandsexporte angewiesen sind und sich deshalb um eine Außenwirkung bemühen, da Schweden eine geringe Einwohnerzahl und einen kleinen Heimatmarkt besitzt, treffen diese Faktoren auf Deutschland nicht zu. Deutschland hat eine ca. neunmal höhere Einwohnerzahl als Schweden und zählt zu Ländern mit den weltweit größten Musikmärkten. Aus diesem Grund ist es für deutsche Musiker nicht notwendig, über die Grenzen des Landes hinauszugehen, um Geld zu verdienen.

[Es] fällt auf, dass insbesondere sehr kleine Staaten verhältnismäßig frühzeitig Aktivitäten zur Förderung des Musikexportes angestrengt haben, da hier klar war, dass der eigene Absatzmarkt nicht ausreicht,

um eine funktionierende und kreative Musikwirtschaft am Leben zu halten (Block 2002, S. 51).

Dies ist in Schweden deutlich zu erkennen. In Deutschland hingegen ist der eigene Absatzmarkt groß genug, um die Musikwirtschaft am Leben zu halten. Es gibt es viele Großstädte mit großen Musikhallen und insgesamt auch viel mehr Auftrittsmöglichkeiten als in Schweden. Musiker können in Deutschland auf Tour gehen, ohne dass sich das Publikum irgendwann anfängt zu langweilen, weil es genügend große, mittelgroße und kleine Auftrittsmöglichkeiten gibt, je nachdem wie erfolgreich die Musiker sind und welche Hallen- oder Clubgröße sie sich vorstellen. Es bestehen viele Möglichkeiten, vor großem Publikum aufzutreten, aber auch vor nur wenigen Zuschauern. Aus diesem Grund ist es für die deutschen Musiker nicht notwendig, Deutschland zu verlassen und sich Auftrittsmöglichkeiten im Ausland zu suchen. Deutsche Musiker müssen zum Geldverdienen nicht ins Ausland gehen, aber das Ausland bietet Vorteile gegenüber dem deutschen Musikmarkt. Die Musiker haben eine neue Herausforderung und können einen neuen, zusätzlichen Markt erschließen. Sie können ein größeres Publikum erreichen und größeren ökonomischen Erfolg erzielen. Das globale Denken, das in Schweden vorliegt, ist in der Form in Deutschland aber nicht vorhanden.

Genau wie in Schweden gibt es in Deutschland viele Festivals, die sich nicht nur auf die größeren Städte beschränken. In Kleinstädten bzw. Dörfern wie Scheeßel, Wacken oder Neukirchen-Vluyn finden jedes Jahr kleine und große Festivals wie das Hurricane, das Wacken oder das Dong statt. Mittlerweile gibt es deutschlandweit so viele Festivals, dass viele um ihre Existenz bangen. So wurde im Jahr 2013 das Omas Teich Festival kurzfristig wegen der Finanzierungsprobleme abgesagt. Aufgrund der vielen in Deutschland stattfindenden Konzerte und Festivals hat Deutschland eine lebendige Musikszene und Musik spielt in Deutschland eine große Rolle. Viele Jugendliche und Erwachsene üben aktiv Musik aus. Deutschland verfügt über viele Orchester. Es gibt 135 öffentlich finanzierte, professionelle Orchester. In der Bundesvereinigung deutscher Orchesterverbände sind 23.000 instrumentale Ensembles Mitglied. Es gibt in Deutschland ca. 50.000 Chöre mit über vier Millionen Mitgliedern. Insgesamt wird von sieben bis acht Millionen musizierenden Deutschen ausgegangen. Gleichzeitig macht Krüger aber auch darauf aufmerksam, dass in immer weniger Familien in Deutschland noch musiziert oder gesungen wird (vgl. Krüger 2008). Insgesamt gesehen hat aber Deutschland – genau wie Schweden

– eine lebendige Musikszene. Viele Menschen musizieren und besonders innerhalb der klassischen Musik kann Deutschland auf bedeutendes musikalisches Engagement zurückblicken. Jedoch nahmen in Deutschland weniger Menschen als in Schweden an einer Liveperformance teil, in Schweden waren es 62 Prozent, in Deutschland 52 Prozent der Bevölkerung (vgl. Eurostat 2011, S. 172). Dies verwundert etwas, weil es in Deutschland mehr Unterhaltungsmöglichkeiten und mehr Großstädte gibt und somit die Deutschen eigentlich bessere und einfachere Möglichkeiten haben, an einer Liveperformance teilzunehmen. Vielleicht liegt es aber an der Vielzahl von Möglichkeiten, welche die Deutschen besitzen, dass weniger Menschen an einer Live-Performance teilgenommen haben. Die in der schwedischen Bevölkerung, besonders unter den Jugendlichen aufgrund der Einöde aufkommende Langeweile, die wie schon erwähnt in der Sekundärliteratur genannt wird, gibt es in Deutschland so nicht. Auch die Musiktradition und das in der gesamten schwedischen Bevölkerung übliche gemeinsame Musizieren und Singen ist in dieser Form in Deutschland nicht üblich.

### **4.3 Zusammenfassender Vergleich**

Warum ist der schwedische Musikexport erfolgreich und was unterscheidet ihn vom deutschen Musikexport? Im Folgenden werden die in den Kapiteln 4.1 und 4.2 behandelten Faktoren, die für den Erfolg des Musikexportes verantwortlich gemacht werden, der Reihe nach in ihren wichtigsten Punkten dargestellt, um die Frage zu beantworten, welche Faktoren sich auf welche Weise in Schweden und Deutschland auf den Musikexport und dessen Erfolg auswirken. Ein indirekter Faktor, der sich auf den Musikexporterfolg auswirken kann, ist die Musikausbildung. Beim Vergleich zwischen Deutschland und Schweden fällt auf, dass beide Länder seit den 40er Jahren über öffentliche bzw. kommunale Musikschulen verfügen, welche ein zusätzliches Bildungsangebot zu den allgemeinbildenden Schulen anbieten und mit diesen kooperieren. Bei diesen Musikschulen sind bedeutende Unterschiede zwischen Schweden und Deutschland zu finden. Entscheidend ist, dass in Schweden dreimal so viele Kinder und Jugendliche wie in Deutschland eine Musikschule besuchen, die Kursgebühren und das Ausleihen von Instrumenten günstiger sind, die Eltern und Schüler also einen viel geringeren Teil der Kosten übernehmen müssen als in Deutschland. Während in Deutschland auch Erwachsene an Musikschulen Unterricht nehmen

können, ist dies in Schweden Kindern und Jugendlichen vorbehalten. Im Allgemeinen ist Schweden jugendorientierter als Deutschland. Die schwedischen Musikschulen sind oftmals in Kulturschulen umgewandelt worden, enthalten also ein größeres kulturelles Angebot als die deutschen. Das Ziel, dass jedes Kind unabhängig von seiner ethnischen oder sozialen Herkunft die Möglichkeit haben soll, musikalische Bildung zu erhalten, ist in beiden Ländern gleich. Dieser Gleichheitsgedanke ist in Schweden allerdings stärker ausgeprägt, während in Deutschland auch Begabte finanzielle Vergünstigungen erhalten und der Wettbewerbsgedanke stark ausgeprägt ist. Der Staat investiert in beiden Ländern in die musikalische Bildung und es ist in Schweden und Deutschland eine gute Musikausbildung vorhanden. Kinder und Jugendliche haben in beiden Ländern auch in den allgemeinbildenden Schulen die Möglichkeit, sich musikalisch weiterzubilden. Insgesamt gesehen sind die Bedingungen in Schweden aufgrund des günstigeren Musikunterrichts und Ausleihens von Instrumenten und der vorteilhafteren Proberaumsituation jedoch besser als in Deutschland. Schon in der Nachkriegszeit verfügte Schweden über eine bessere Ausgangssituation als Deutschland und es bildete sich eine große Amateurmusikszene heraus. Aufgrund der guten Musikausbildung an Musik- und Kulturschulen, die allen Kindern und Jugendlichen offen steht, muss sich Schweden keine Sorgen um gut ausgebildeten musikalischen Nachwuchs machen. Kinder und Jugendliche werden für die Musik sensibilisiert. Entscheidend für den Musikexport ist, dass Kinder und Jugendliche nach der Ausbildung an Musik- und Kulturschulen weiter Musik machen und z. B. ein Musikstudium beginnen, auf die für Erwachsene vorhandenen Bildungsangebote für Musiker zurückgreifen oder selbstständig weiter musizieren oder produzieren. Hierfür sind die Bedingungen in Schweden günstig, aber auch in Deutschland sind ausreichend Möglichkeiten vorhanden. Die Vorteile einer guten Musikausbildung sind, dass in frühen Jahren das Interesse an Musik geweckt, die Kinder und Jugendlichen gefördert und zum aktiven Musizieren angeregt werden. Das musikalische Niveau steigt durch eine gute Musikausbildung. Eine gute Musikausbildung kann sich positiv auf den Musikexport auswirken.

Die Kapitel 4.1.3.2 und 4.2.3.2 zu den Englischkenntnissen brachten das Ergebnis hervor, dass die Englischkenntnisse in beiden Ländern eine unterschiedliche Rolle für den Musikexporterfolg spielen. Da in Schweden nahezu alle im Ausland erfolgreichen Musiker mit englischsprachigen Songs erfolgreich sind, spielen die Englischkenntnisse hier eine bedeutende Rolle für den Musikex-

porterfolg. Da es das Phänomen deutschsprachiger Musik im Ausland gibt, haben auch deutsche Musiker, die zu schlechte Englischkenntnisse besitzen oder sich bewusst für das Singen auf Deutsch entscheiden – weil sie sich auf Deutsch oft besser ausdrücken können – eine Chance, international erfolgreich zu werden. In Deutschland spielen die Englischkenntnisse somit eine geringere Rolle für den Erfolg des Musikexportes als in Schweden. Allgemein spielt die englische Sprache in der schwedischen Bevölkerung eine größere Rolle als in der deutschen und auch sind die Englischkenntnisse der schwedischen Bevölkerung besser als die der deutschen, was durch einige Statistiken belegt wurde. Interessant ist natürlich die Beantwortung der Frage, warum deutschsprachige Musik im Ausland auf Zuspruch stößt und warum schwedischsprachige Texte so gut wie keine Chance im Ausland haben. Es lässt sich festhalten, dass die im Vergleich zur schwedischen Sprache viel größere weltweite Verbreitung und größere internationale Bedeutsamkeit der deutschen Sprache eine Rolle spielt. Die deutschsprachigen Songs treffen somit im Ausland auf ein großes Publikum, welches die Texte versteht. Jedoch wurde auch festgestellt, dass das Verstehen von Songtexten nicht unbedingt entscheidend für den Erfolg eines Songs ist. Es muss somit noch weitere Gründe geben, warum deutschsprachige Texte international erfolgreich sind. Hier ist die Eigenschaft des Deutschen, über harte Laute zu verfügen, zu nennen. Diese Eigenschaft kann nicht auf englischsprachige Texte deutscher Musiker übertragen werden. Das Schwedische hat die Eigenschaft, eine melodische Sprache zu sein, was sich auch in englischsprachigen Songs schwedischer Musiker erkennen lässt. Diese sind oft sehr melodios. Ein weiterer Grund für das Singen auf Deutsch kann das Ausdrücken der Zugehörigkeit zur deutschen Nation sein und die gleichzeitige Wendung gegen die Amerikanisierung. Die deutschen Musiker identifizieren sich so mit Deutschland. Schweden war immer schon sehr international orientiert und es zeigt sich vor allem in den 50er und 60er Jahren eine starke Hinwendung zu den USA und Großbritannien. Auch die englischsprachigen Songtexte zeigten dadurch, dass dort in den meisten Fällen keine schwedischen Verweise zu finden waren – wie z. B. schwedische Ortsnamen – dass man sich an ein internationales Publikum wendet und man sich überall auf der Welt mit den Texten identifizieren kann. Die Zugehörigkeit zur schwedischen Nation und Kultur sollte somit nicht ausgedrückt werden, sondern es war wichtiger, möglichst international zu klingen. Interessant ist aber die Entwicklung der letzten Jahre, nämlich dass nun schwedische Künstler in ihren englischsprachigen Songs – in



den schwedischsprachigen ist es sowieso üblich – auch über Schweden singen und der Versuch gewagt wird, mit schwedischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich zu werden – vergleiche z. B. Movits! oder Mando Diao. Die jungen Musiker scheinen somit eine andere Einstellung zur schwedischen Sprache zu haben als ihre Vorgänger, besinnen sich auf ihre eigene schwedische Kultur zurück und binden ihre schwedische Herkunft in ihre Texte ein. Die Amerikanisierung spielt heutzutage keine so große Rolle mehr. An den Beispielen von weltweit erfolgreichen schwedischen Musikern haben die schwedischen Musiker gesehen, dass man nicht verstecken muss, aus Schweden zu kommen, sondern dieses kleine Land einen guten Ruf im Ausland hat. Man will nicht mehr unbedingt als amerikanisch oder britisch wahrgenommen werden. Jedoch ist es momentan viel Erfolg versprechender auf Englisch statt auf Schwedisch zu singen, wenn man international erfolgreich werden möchte. Das Englische hat für schwedische Musiker die Vorteile, dass die Sprachbarriere zum amerikanischen und britischen Markt wegfällt, dass man sich hinter der englischen Sprache „verstecken“ kann, es kann sich tougher und besser anhören auf Englisch zu singen, englischsprachige Songs können für Nichtmuttersprachler im Ausland leichter zu verstehen sein, ein leichter schwedischer Akzent und eine andere Phonetik können eine leichte Exotik ausmachen, die auf Resonanz im Ausland stoßen kann. Auch für deutsche Musiker kann es somit Vorteile haben, auf Englisch zu singen, was auch viele Musiker machen. Sie treffen auf einen größeren Absatzmarkt und auch die gerade für Schweden aufgezählten Vorteile, kann man auf Deutschland übertragen. Wenn man mit englischsprachigen Texten Erfolg im Ausland haben möchte, sind gute Englischkenntnisse wichtig. Für auf Deutsch singende Musiker spielen gute Englischkenntnisse somit keine Rolle, für schwedische Musiker sind gute Englischkenntnisse wichtiger als für deutsche Musiker, da es unüblich ist, dass schwedischsprachige Songs im Ausland erfolgreich sind.

Ein weiterer Faktor, der für den Musikexporterfolg Schwedens verantwortlich gemacht wird, sind die staatlichen Subventionen. Wenn man Deutschland und Schweden bezüglich der staatlichen Subventionen vergleicht, wird deutlich, dass der schwedische Staat den Musikexport deutlich stärker fördert als der deutsche. Es muss hier zwischen indirekter und direkter Förderung unterschieden werden. Bei Betrachtung der indirekten Förderung des Musikexportes wird deutlich, dass dank des schwedischen Wohlfahrtsstaates viele Kulturinstitutionen in Schweden staatlich gestützt werden. Davon profitieren auch die schwe-

dischen Musiker, da es z. B. finanzielle Unterstützungsangebote bei der Herausgabe von Tonträgern gibt. Die Sozialpolitik in Schweden ist sehr jugendorientiert, so dass es zu einer indirekten Schaffung von Auftritt- und Probemöglichkeiten kommt. Musiker werden mit öffentlichen Geldern gefördert und der schwedische Staat passt seine finanziellen Subventionen regelmäßig den sich verändernden Marktbedingungen an und versucht, sie möglichst gezielt einzusetzen. Die schwedische Regierung hat somit Verantwortung für die Amateur- und Profimusiker übernommen, fördert Künstler gezielt und der Bereich der Amateurmusik ist gut organisiert. Insgesamt gesehen macht es der schwedische Staat den Musikern leicht, Künstler zu sein, indem es ein großes Angebot an Förderleistungen – z. B. auch an Stipendien – gibt. Diese Leistungen existieren schon seit vielen Jahren, der schwedische Staat hat früh erkannt, dass es wichtig ist, die Musikindustrie zu unterstützen und sie auch gezielt zu stärken, wenn die Umsätze sinken. In Deutschland unterstützt der Staat die Musiker der Populärmusik nicht so stark. Während die klassische Musik massiv gefördert wird, gibt es im Bereich der Pop- und Rockmusik nicht die gleiche, gute Förderung. Die Rockmusik wird nicht ausreichend subventioniert und auch in der Nachwuchsförderung ist Nachholbedarf zu erkennen. Zwar gab es in den letzten Jahren die Entwicklung, dass sich die Politik immer mehr der Musik und ihrer Förderung angenommen hat, es schien, als ob Deutschland die Wichtigkeit der Förderung von Populärmusik erkannt hat, jedoch ist gerade im Vergleich zu Schweden erkennbar, dass die schwedische Regierung die Musiker viel stärker finanziell unterstützt und dies auch schon seit viel längerer Zeit macht. Besonders wird dies auch sichtbar, wenn man die direkte Musikexportförderung betrachtet. Hier wird deutlich, dass der schwedische Staat den Musikexport viel besser fördert als der deutsche. Außerdem begann die Förderung viel früher, das schwedische Musikexportbüro, welches u. a. vom schwedischen Staat finanziert wird, wurde zehn Jahre vor dem deutschen gegründet und diente öfters als Vorbild für später gegründete Musikexportbüros. Die Aufgaben, die ExMS hat, fördern den Musikexport direkt: Veranstaltung von Konzerten und Marketingkampagnen, Präsenz auf Messen, Information der Musikindustrie über Exportmöglichkeiten, Erarbeitung von Strategien zur Etablierung schwedischer Musik im Ausland, Bildung von Netzwerken usw. Durch die Aktivitäten von ExMS wird das Schwedenbild im Ausland beeinflusst, so dass Menschen angeregt werden, Schweden zu besuchen oder Geschäfte mit Schweden zu machen. Die Politiker in Schweden fördern den Musikexport und die Handelsministerin

hat das Ziel angegeben, den schwedischen Musikexport bis 2015 zu verdoppeln. Die schwedische Regierung hat die Wichtigkeit der Musikexportförderung und der Arbeit von ExMS erkannt, während dies in Deutschland nicht der Fall ist und sich die deutsche Regierung, weil sie nur eine Anschubfinanzierung leistete und die Schließung des Musikexportbüros nicht verhinderte, aus der Verantwortung gezogen hat, obwohl German Sounds wichtige kulturelle Arbeit geleistet hat. Es wurde eindeutig festgestellt, dass ein deutsches Musikexportbüro sehr nützlich für den deutschen Musikexport ist und ein Bedarf besteht. Mit einem deutschen Musikexportbüro könnte man das deutsche Image im Ausland positiv beeinflussen, eine fehlende Infrastruktur aufbauen, Netzwerke bieten, Musikunternehmen beim Erschließen von Auslandsmärkten unterstützen, deutsche Musik im Ausland verbreiten und somit die Umsätze der deutschen Musikindustrie stärken. Zwischenzeitlich haben zwei deutsche Musikexportbüros parallel existiert – wodurch auch die fehlende Kommunikation innerhalb der deutschen Musikbranche deutlich wurde. Im Vergleich zu Schweden wird der Musikexport in Deutschland nicht so stark gefördert, weder von der Regierung, noch von der Musikindustrie und es werden keine Statistiken zum Musikexport erstellt. Während in Schweden die Politiker den Musikexport für ihre Zwecke nutzen, von der Musikindustrie eine höhere finanzielle Unterstützung sowie eine bessere Koordination durch die Behörden und eine gemeinsame Strategie zwischen Regierung und Musikbranche gefordert wird, wird in Deutschland aktuell nicht mal mehr über die erneute Einrichtung eines Musikexportbüros diskutiert. In Schweden wird ExMS hingegen ständig verändert, weiterentwickelt und finanziell von der Regierung subventioniert. ExMS ist ein modernes Exportorgan, welches möglichst effizient arbeiten und neue Strategien entwickeln soll. Die Zusammenarbeit zwischen den nordischen Musikexportbüros zeigt, dass allen nordischen Ländern der Musikexport wichtig ist und sie erkannt haben, dass eine Zusammenarbeit mit anderen nordischen Ländern den nordischen Markt insgesamt und somit auch die Märkte und Musikexporte der einzelnen Staaten stärkt. Die nordische Musikindustrie soll innovativer gemacht werden und das Ansehen des Nordens verbessert werden. Die verschiedenen, vorgestellten Projekte zeigen, dass es sich um eine kreative, innovative Zusammenarbeit zwischen den nordischen Musikexportbüros handelt. Dass ein gut ausgebildetes Netzwerk einen großen Anteil am Erfolg haben kann, ist den nordischen Musikexportbüros bewusst und da NOMEX u. a. vom Nordischen Ministerrat finanziert wird, wird abermals deutlich, dass die Politik, zumindest

in den nordischen Ländern, das Potential und die Wichtigkeit eines erfolgreichen Musikexportes erkannt hat. Durch die Arbeit von NOMEX wird der schwedische Musikexport vergrößert, da sich das schwedische Musikexportbüro aktiv an den Projekten von NOMEX beteiligt. In Schweden wird jedes Jahr an die Musiker, die mit ihrer Musik besonders erfolgreich im Ausland sind, ein Musikexportpreis durch die Regierung verliehen. Hier zeigt sich abermals, dass der Musikexport für Schweden ein wichtiger Image- und Wirtschaftsfaktor ist, Musik in Schweden eine große Bedeutung für die Gesellschaft spielt und die Regierung die Wichtigkeit des Musikexportes erkannt hat: Musik sorgt für Exporteinkünfte und Jobs, das Schwedenbild in der Welt wird positiviert und Schweden als modernes und kreatives Land dargestellt. In Deutschland gibt es keine Verleihung eines Musikexportpreises.

Weitere Faktoren, die für den Musikexporterfolg Schwedens verantwortlich gemacht werden, sind das Trendbewusstsein der Schweden und ihr Fortschrittsdenken innerhalb der neuen Technologien. Während Schweden ein sehr trendbewusstes Land ist – vor allem auch im musikalischen Bereich – und musikalische Trends schnell erkannt und umgesetzt werden und außerdem neue Trends geschaffen werden, treffen diese Eigenschaften auf Deutschland nicht zu. Auch die internationale Ausrichtung, das Bemühen der Musiker direkt international erfolgreich zu werden, kann man in Deutschland in dieser Form nicht feststellen. In Deutschland liegt weder ein besonderes Gespür für neue Trends noch ein schnelles Anpassen an internationale Strömungen und Trends vor. Auch im Bereich der neuen Technologien kann Deutschland nicht mit Schweden mithalten. Schweden hat eine der höchsten Internetverbreitungsfrequenzen der Welt sowie eine hohe Internetaffinität innerhalb der Bevölkerung. Außerdem steht Schweden im Bereich der Musiktechnologie an der Spitze und es gibt viele international erfolgreiche auf Musik spezialisierte Unternehmen. Auch bei der Verbreitung der Handys, welche heutzutage dazu genutzt werden, Musik zu hören und sich mit dem Internet zu verbinden, liegt Schweden auf einem vorderen, dem 2. Platz. Die Ausführungen über die neuen Technologien haben eindeutig gezeigt, dass das Internet und neue Technologien neuartige Möglichkeiten für die Musikbranche bieten, mit der die Musikindustrie Gewinne erzielen und Musiker bekannt machen kann. Besonders das Beispiel der Streamingplattformen verdeutlicht – da Schweden mit Spotify der erste Streaminganbieter seiner Art war – dass Schweden sich gut auf die zunehmende Digitalisierung eingestellt hat und hier Trends setzt, da sich Streamingplatt-

formen nun weltweit verbreiten. Die deutsche Musikwirtschaft hat keine fundamentalen technischen Neuerungen im Musikbereich gezielt entwickelt und die deutsche Musikbranche hat zu langsam auf die Digitalisierung und die neuen Internettechnologien reagiert und es versäumt, rechtzeitig die neuen Möglichkeiten gewinnbringend zu nutzen. Schwedens Erfolg hat gezeigt, dass es unabdingbar ist die digitalen Medien zu nutzen, wenn man den Durchbruch als Musiker schaffen möchte und sich von der Masse absetzen will. Der technisch versierten Nation Schweden gelingt dies viel besser als Deutschland.

Die Kapitel 4.1.3.5 und 4.2.3.5 beschäftigten sich mit der Strukturumwandlung in der Verlags- und Schallplattenindustrie sowie dem Zusammenwirken der Branchen. Es lässt sich festhalten, dass die Ausgangssituation in Schweden besser ist als in Deutschland, da in Deutschland durch den Zweiten Weltkrieg die Infrastruktur fast völlig zerstört wurde und die Musikindustrie in Deutschland vor einem Neubeginn stand. Dies war in Schweden nicht der Fall, dort war die Infrastruktur erhalten geblieben. Die Musikindustrie ist in Schweden und Deutschland ähnlich strukturiert, mit den vier Majorlabels und vielen mittelgroßen und kleinen Schallplattenfirmen sowie von Künstlern gegründeten eigenen Labels. In beiden Ländern sind alle Glieder vorhanden, die man für einen schlagkräftigen Musikexport braucht. Wichtig ist, dass diese gut zusammenarbeiten und Netzwerke bilden. In Schweden wirken die Branchen zusammen und es lässt sich eine synergetische Arbeitsweise finden. Die Vernetzung der schwedischen Musikbranche ist ihre Stärke. Es herrscht ein großes Gemeinschaftsbewusstsein. In Deutschland ist dieses Kollektivbewusstsein nicht so stark ausgeprägt wie in Schweden, jedoch lassen sich unter den Bands und Musikern viele finden, die zusammenarbeiten. Hier funktionieren die Netzwerke. Kooperationen zwischen anderen Gliedern der Musikbranche sind aber nicht so ausgeprägt wie in Schweden. Es muss angemerkt werden, dass es in Schweden der geringeren Zahl an Einwohnern und entsprechend an Akteuren in der Musikbranche wegen – die im Verhältnis zur Bevölkerungszahl jedoch sehr hoch ist – einfacher ist als in Deutschland, sich untereinander zu vernetzen und zu kooperieren.

Die Begriffe *Swedishness* und *Germanness* besagen, dass es sowohl ein Schweden-Image als auch ein Deutschland-Image gibt, also beiden Ländern Inhalte zugeordnet werden, die als „typisch deutsch“ und als „typisch schwedisch“ wahrgenommen werden, die sich je nach sozialer Gruppe und Epoche ändern können. Während das Schweden-Image von schwedischen Marketinga-



genturen und Musikverlagen dazu verwendet wird, schwedische Musik zu vermarkten, ist dies beim Image der Deutschen nicht der Fall. Einzelne deutsche Bands und deren Musik haben ein spezielles Image, das von den Bands selbst oder den Schallplattenfirmen kreiert worden ist, jedoch ist es nicht so, dass die Attribute, die der *Germanness* zugeordnet werden, zum Bewerben von deutscher Musik verwendet werden. Es gibt kein allgemeines Image, welches man deutscher Populärmusik zuordnet. Die deutsche Populärmusik ist sehr heterogen – auch ist das deutsche Volk heterogener als das schwedische – und es fehlt ein Image deutscher Musik im Ausland, da es keine gesamtdeutschen Merkmale gibt, die man deutscher Pop- und Rockmusik zuschreibt. In Schweden zeigt sich ein anderes Bild, dort arbeiten viele schwedische Firmen mit dem Schweden-Image und mit Stereotypen. Auch die schwedische Musik hat ein eigenes Image und gilt allgemein als melancholisch und sehr melodisch, es gibt also schwedische Merkmale in schwedischer Musik, die im Ausland – meist unbewusst – wahrgenommen werden. Die Musikverlage nutzen das positiv konnotierte Schweden-Image, welches Ausländer von Schweden haben, um ihre Produkte zu vermarkten. In Schweden nutzt man den Musikexporterfolg zum Nation branding und die schwedischen Musiker – welche allgemein als sehr gutaussehend bezeichnet werden – sind Teil des Marketings Schwedens, mit dem Schweden als Marke gestärkt werden soll. Die Herkunft aus Schweden ist ein Qualitätssiegel innerhalb der Musikbranche und schwedische Musik wird oft als qualitativ hochwertig wahrgenommen. Die schwedische Musikbranche profitiert vom positiv besetzten Schweden-Image und trägt aber gleichzeitig dazu bei, das Schweden-Image im Ausland zu kreieren. Dass schwedische Musik oftmals auch als placeless, international und inauthentisch bezeichnet wird, ist nicht negativ zu sehen, da dies ein Zeichen dafür ist, dass schwedische Musik auf dem internationalen Markt mithalten kann und das gleiche Niveau wie englische oder amerikanische Musik hat.

Die Kapitel 4.1.3.7 und 4.2.3.7 zu den Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien haben das Ergebnis hervorgebracht, dass die Medien eine große Rolle für die Vermarktung von Musik und somit auch für den Erfolg des Musikexportes spielen. Marketing- und Promotionaktivitäten der Musiker und Schallplattenverlage sind wichtig, wenn Musik im Ausland bekannt gemacht werden soll. Heutzutage ist das Internet ein wichtiger Faktor, um Musik zu vertreiben und zu verbreiten. Schwedische Musiker und Schallplattenfirmen haben erkannt, dass Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien für den Erfolg eines Musikers



und somit auch für den Musikexporterfolg wichtig sind und dazu verwenden sie auch das Schweden-Image.

Ein relevanter Faktor für den schwedischen Musikexporterfolg, den es so in Deutschland nicht gibt, ist der ABBA-Effekt. Der enorme internationale Erfolg ABBA hat nachfolgende schwedische Musiker auf die Weise beeinflusst, dass dieser als Ansporn für andere schwedische Musiker gilt, einen Versuch zu wagen, auch international erfolgreich zu werden. Es entstand durch ABBA – die den Anfang des schwedischen Musikexporterfolges darstellen – ein Bewusstsein dafür, dass schwedische Musik im Ausland erfolgreich werden kann. Ohne ABBA wäre der schwedische Musikexport mit Sicherheit nicht so erfolgreich geworden. Der Erfolg ABBA steckt an und war und ist ein Ansporn für kommende Musikergenerationen. Außerdem hat der Erfolg ABBA den Effekt, dass man im Ausland eine positive Haltung allem Schwedischen gegenüber hat und auch schwedischen Musikern gegenüber erstmal eine positive Haltung einnimmt. Heutzutage gibt es zahlreiche im Ausland erfolgreiche Musiker, die dann auch als Vorbild für nachfolgende Musikergenerationen gelten. Wie in Kapitel 3.2 dargestellt wurde, gibt es auch im Ausland sehr erfolgreiche deutsche Bands. Jedoch hatte in den 70er Jahren keine deutsche Band einen solchen Effekt auf nachfolgende Musiker wie ABBA. Kraftwerk war in den 70er Jahren und auch in den folgenden Jahrzehnten sehr erfolgreich im Ausland und hat verschieden Musikstile und Musiker beeinflusst, jedoch gibt es keine Hinweise darauf, dass Kraftwerk in der Art und Weise Musiker beeinflusste, wie dies bei ABBA der Fall gewesen ist.

Die Kapitel 4.1.3.9 und 4.2.3.8 zeigen, dass es wesentliche Unterschiede zwischen Deutschland und Schweden gibt, was den Heimatmarkt, die Einwohnerzahl, die Auftrittsmöglichkeiten, die internationale Orientierung, die Unterhaltungsmöglichkeiten, das in Familien ausgeübte gemeinsame Musizieren und die Musiktradition betrifft. Schweden hat bezüglich des kleinen Heimatmarktes Vorteile, wenn es um das Zusammenwirken der Branchen geht, da es in einem bevölkerungsärmeren Land einfacher ist, Kontakte untereinander herzustellen. In Deutschland gibt es deutlich mehr Musikverlage, Tonträgerfirmen, Musikveranstalter und Musikschaffende als in Schweden und somit ist das Zusammenwirken der Branchen hier logistisch schwieriger zu organisieren. Man muss beim Vergleich des deutschen und des schwedischen Musikexportes immer bedenken, dass die Länder aufgrund ihrer Marktgröße und Einwohnerzahl sehr unterschiedliche Voraussetzungen für den Musikexport mitbringen. In Deutsch-

land ist der Heimatmarkt so groß, dass die Musiker und Musikerinnen nicht darauf angewiesen sind, im Ausland Erfolg zu haben, sondern sie können durch Erfolge in Deutschland Geld verdienen und auf Tour gehen, da es genügend Städte gibt, in denen man auftreten kann, und auch sehr viele Großstädte vorhanden sind, in denen man große Konzerte geben kann, die ein großes Publikum erreichen. Aber das bedeutet natürlich nicht, dass die deutschen Musiker nicht daran interessiert sind, im Ausland Erfolg zu haben. Hier ist somit auch schon der Vorteil eines großen Musikmarktes zu erkennen. Deutschland fehlt es nicht an guten Musikern, sondern es fehlen die Strukturen, Netzwerke und die Kommunikation zwischen den einzelnen Musikbranchen und den Musikern. Schweden ist internationaler orientiert als Deutschland und das gemeinsame Musizieren in Familien ist in Schweden verbreiteter. Es gibt eine längere Musiktradition in Schweden. Musik hat – wie schon erwähnt – einen höheren Stellenwert in Schweden, so dass schwedische Musiker es allgemein leichter haben als deutsche Musiker, in der Bevölkerung anerkannt und vom Staat subventioniert zu werden.

Der Vergleich zwischen Deutschland und Schweden zeigt, dass die Bedingungen für einen erfolgreichen Musikexport in Schweden besser sind als in Deutschland. Bei allen dargestellten Faktoren ist ein Vorteil für Schweden erkennbar. Es gibt noch weitere, anmerkenswerte Gesichtspunkte, wenn man Schweden und Deutschland miteinander vergleicht.

Auffällig ist, dass der Musikexport in Schweden positiver bewertet wird als in Deutschland oder auch in anderen Ländern. In Finnland gab und gibt es auch Musikexporterfolge, jedoch wurde der Musikexport in den Medien trotzdem immer mit dem Begriff des Scheiterns in Verbindung gebracht (vgl. Mäkelä 2007, S. 112). Egal ob der schwedische Musikexport nun der drittgrößte ist oder nicht, dieses positive Bild, welches in der Bevölkerung und den Medien vom Musikexport vorherrschend ist, ist nahezu unerschütterlich. Dies kann damit zusammenhängen, dass Musik in Schweden allgemein einen hohen Stellenwert hat und dass der schwedische Musikexport von der Regierung dazu genutzt wird, das Schwedenbild zu positivieren.

Bei der Darstellung der für den Musikexport verantwortlich gemachten Faktoren wurde der Schwerpunkt darauf gelegt, die Gründe für den Erfolg des Musikexportes in Schweden oder Deutschland selbst zu suchen. Jedoch sollten Gründe für den Musikexporterfolg auch im Ausland gesucht werden. Warum hört man im Ausland schwedische Musik? Man wird wohl kaum schwedische

Musik hören, weil die Musikausbildung der Schweden so gut ist oder die Schweden ein musikalisches Volk sind. Schwedische Bands sind in den meisten Fällen sehr professionell<sup>296</sup> und fallen nicht durch Skandale auf, wie es derzeit und auch schon früher bei einigen britischen und amerikanischen Bands, vor allem Rockbands, der Fall gewesen ist. Auch US-amerikanische Sängerinnen machen gerne durch Skandale auf sich aufmerksam. Im Jahr 2013 machte vor allem Miley Cyrus immer wieder Schlagzeilen, z. B. rauchte sie halbnackt einen Joint auf der Bühne. Immer wieder wird über die Drogeneskapaden der einzelnen Stars in der Presse berichtet. Natürlich kann dies nicht verallgemeinert werden und trifft nicht auf alle britischen und amerikanischen Musiker zu, aber es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht über die verschiedensten Drogen geschichten oder Alkoholexzesse berichtet wird. „Droger verkar vara ett måste i rockvärlden“ (Ekeberg 1991, S. 86). Viele Stars sind aufgrund von Alkohol- und Drogenmissbrauch gestorben, z. B. Jimi Hendrix, Amy Winehouse oder Kurt Cobain. Dagegen fallen die schwedischen Bands, Sänger und Sängerinnen nicht durch solche Skandale auf. Sie besitzen also das Image der perfekten Schweden. Es kann also als ein Grund angesehen werden, dass schwedische Musik im Ausland erfolgreich ist, weil die Musik eine gute Qualität besitzt, die schwedischen Musiker sehr professionell arbeiten und es nicht nötig haben, durch Drogenskandale auf sich aufmerksam zu machen. Die schwedischen Bands und Musiker können also sehr gut eine Vorbildfunktion einnehmen und dies gehört wahrscheinlich zu den Vermarktungsstrategien. Dadurch, dass sich die Schweden ein eigenes Image erstellt haben, bedienen sie den Musikgeschmack nicht nur, sondern bestimmen ihn auch. Welche wichtige Rolle die Qualität von Songs für den Erfolg im Ausland spielt, zeigt folgendes Zitat: „Der Ausverkauf der Neuen Deutschen Welle sorgt dafür, dass die Qualität immer mehr abnimmt und das internationale Interesse erlischt“ (Martin 2001, S. 95). Hier geht es darum, dass es in den 80er Jahren einige deutsche Musiker der Neuen Deutschen Welle gab, die im Ausland erfolgreich gewesen sind, aber durch die abnehmende Qualität auch der Erfolg im Ausland nachließ. Die schwedischen Musiker treffen also im Ausland auf eine Rezeptionsbasis und ihre Lieder können dort wirken, da sie die internationale Erwartungshaltung bedienen. Es wurde so nochmals die Wichtigkeit von Vermarktungsstrategien, einem Image und qualitativ hochwertigen Songs betont.

---

<sup>296</sup> Schon in den 60er Jahren wurde in finnischen Medien hervorgehoben, dass schwedische Instrumentalbands viel professioneller seien als finnische (vgl. Mäkelä 2007, S. 111).

Dieses Kapitel verdeutlicht, welche Faktoren wie Einfluss auf den Musikexporterfolg ausüben können und somit können Empfehlungen gegeben werden, wie man den Musikexporterfolg vergrößern kann. Es wurde außerdem gezeigt, dass in Deutschland und Schweden unterschiedliche Bedingungen herrschen und man nicht eine Empfehlung für alle europäischen Länder geben kann, wie sie den Musikexport vergrößern können, sondern für jedes einzelne Land eine eigenständige Untersuchung der einzelnen Faktoren stattfinden muss, so dass daraufhin eine Empfehlung bzw. ein Leitfaden erstellt werden kann. Das schwedische Erfolgsmodell lässt sich nicht einfach auf andere Länder adaptieren. In Kapitel 6 werden für Deutschland und für Schweden Vorschläge unterbreitet und Empfehlungen ausgesprochen, wie die beiden Nationen ihren Musikexport vergrößern können.



## **5 Empirische Untersuchung**

In der folgenden empirischen Untersuchung soll untersucht werden, inwieweit die in Kapitel 4.1.3 und 4.2.3 dargestellten Gründe für den Erfolg der Musikexporte relevant sind. Um dies zu erforschen, wurde ein Fragebogen erstellt, der an im Ausland erfolgreiche deutsche, schwedische und dänische Musiker geschickt wurde. Es wird davon ausgegangen, dass diese Musiker am besten beurteilen können, welche Faktoren für ihren musikalischen Erfolg eine Rolle spielen.

### **5.1 Methodisches Vorgehen**

Das Thema *der Erfolg des schwedischen Musikexportes* ist relativ unerforscht, so dass eine eigene empirische Untersuchung besonders wichtig ist. Der Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung war die Annahme, dass die Befragung von im Ausland erfolgreichen Musikern Aufschlüsse darüber geben kann, welche Faktoren wichtig für den Musikexporterfolg sind. Hier wird deutlich, dass die Stichprobe auf bestimmte Personengruppen eingegrenzt wurde. Es wurden keine Bands aus dem Amateurbereich befragt, sondern nur im Ausland kommerziell erfolgreiche Bands, Musiker und Musikerinnen. Schwierigkeiten bereitete das Finden von Studienteilnehmern, so dass allein mit der Fragebogenuntersuchung kein quantitativer Forschungsansatz möglich ist. Die Zugänglichkeit von professionellen, „berühmten“ Bands ist natürlich schwierig. Die Bereitschaft, den Fragebogen auszufüllen, war nicht sehr hoch, meist gelangte der Fragebogen noch nicht einmal zur Band, sondern wurde schon per E-Mail vom Management abgelehnt oder es wurde gar nicht geantwortet. Die Stichprobe wurde durch Anfragen per E-Mail oder durch die persönliche Ansprache auf Festivals oder Konzerten getätigt, indem gefragt wurde, ob Interesse besteht, den Fragebogen auszufüllen. Teilweise erfolgten auch Kontakte durch persönliche Beziehungen.

### **5.2 Der Fragebogen**

Ziel des Fragebogens war es, die einzelnen in der Sekundärliteratur für den Musikexporterfolg genannten Gründe genauer zu erforschen. Wird auf Englisch gesungen, um auch die ausländischen Märkte bedienen zu können? Oder



warum singen Musiker in ihrer Muttersprache? Weil ihre Englischkenntnisse nicht gut genug sind? Die Musiker sollten selbst beurteilen, warum sie glauben, dass ihre Musik im Ausland erfolgreich ist und welche Besonderheiten ihre Musik hat. Was assoziieren sie mit der Musik ihres Landes und glauben sie, dass ihre Musik landestypisch ist? Gibt es geographische Bezüge in ihrer Musik? Es wurde also auch noch mal die Frage aufgenommen, ob es sich bei der Musik um „globalen Einheitsbrei“ handelt oder ob spezifische Merkmale in der Musik vorhanden sind, die sie den einzelnen Ländern zuordnen lassen. Diese Fragen sollten sie beantworten, bevor die anderen Fragen auf die in der Sekundärliteratur genannten Gründe für den Musikexporterfolg eingehen. Es wird nach der musikalischen Ausbildung, den Kenntnissen im Notenlesen, den Englischkenntnissen, den musikalischen Einflüssen, der Zusammenarbeit mit anderen Musikern des Heimatlandes, der Bedeutung des Web 2.0 und einer Zusammenarbeit mit dem Musikexportbüro gefragt. Es wird außerdem danach gefragt, warum sie glauben, dass der schwedische Musikexport so erfolgreich ist und was charakteristisch für schwedische Musik ist.

Der Fragebogen wurde auf Englisch konzipiert, da alle Beteiligten die gleiche Ausgangssituation haben sollten. Es wurden keine Muttersprachler des Englischen befragt, es wurde aber davon ausgegangen, dass alle das Englische soweit beherrschen, dass sie die Fragen verstehen. Die befragten Personen durften auf ihrer Muttersprache oder auf Englisch antworten. Es handelt sich bei allen Fragen um offene Fragen, es sind keine Antworten vorgegeben gewesen, da kein Einfluss auf die Antworten genommen werden sollte, weil der subjektive Eindruck der Musiker und ihre eigene Meinung wichtig sind. Der Fragebogen wurde den Musikern entweder persönlich übergeben oder er konnte auch online ausgefüllt werden. Den Link zur Onlinebefragung erhielten die Musiker per E-Mail.

### **5.3 Auswertung: Welche Rolle spielen die einzelnen Faktoren für den Musikexporterfolg?**

Im Folgenden werden die Antworten der Musiker auf die einzelnen Fragen der Untersuchung der Reihe nach wiedergegeben und dann Verknüpfungen zu dem vorherigen Kapitel hergestellt. Werden die Ergebnisse, die in Kapitel 4 erzielt wurden, bestätigt oder widerlegt? Es handelt sich um eine deskriptive Auswertung. Insgesamt haben zwölf Musiker bzw. Bands den Fragebogen beantwortet:

Matt Kolstrup von der dänischen Band Dúné, die dänischen Bands Reptile & Retard, Striving Vines und When Saints Go Machine, Marko Palmén von der schwedischen Band Evocation, die schwedischen Bands Friska Viljor, Movits!, Johnossi, die schwedische Sängerin Lena Malmborg sowie die deutschen Bands Madsen, Beatsteaks und Turbostaat.

### **5.3.1 Why do you sing in English and not in your mother tongue? And if you sing in your mother tongue, why don't you sing in English?**

Der dänische Sänger Matt Kolstrup, Mitglied der Band Dúné, singt auf Englisch, weil alle seine Idole auf Englisch singen. Außerdem will er mit seiner Band die Welt bereisen und dies sei schwierig, wenn man auf Dänisch singe. Da Englisch die Weltsprache sei, sei sie der beste Weg, „[...] to express oneself on a global level“. Auch die dänische Band Reptile & Retard singt auf Englisch. Allerdings habe sie darüber nicht viel nachgedacht, warum sie auf Englisch singe. Es habe sich einfach natürlich angefühlt, auf Englisch zu singen. Die dänische Band Striving Vines möchte mit ihrer Musik so zugänglich wie möglich sein. Die englische Sprache sei eine Sprache, mit der sie auf die Musik bezogen mehr in Beziehung stehe. „We're not that fond of phonetics in the Danish language, it's just a matter of taste“.<sup>297</sup> Die dänische Band When Saints Go Machine singt auf Englisch, weil sie will, dass ihre Musik universell ist und ihre Songtexte von mehr als den 5,5 Millionen Menschen, die in Dänemark leben, verstanden werden.<sup>298</sup>

Der Gitarrist der schwedischen Band Evocation, Marko Palmén, nennt als wichtigsten Grund für das Singen auf Englisch die Bedeutung des Englischen als internationale Sprache, die von Menschen fast überall auf der Welt verstanden wird. Außerdem klinge die englische Sprache schön in Songs, die schwedische Sprache klinge seiner Meinung nach nicht so schön, wenn sie gesungen werde. Die schwedische Band Friska Viljor gibt an, dass es leichter sei, Texte auf Englisch zu schreiben und es gebe einen größeren Markt. Die schwedische Sängerin Lena Malmborg führt an, dass sie in der Zukunft sicherlich noch auf Schwedisch singen werde, aber Englisch mache es leichter, ins Ausland zu kommen und dort zu touren. Die schwedische Band Movits! singt auf Schwe-

---

<sup>297</sup> Weitere Fragen hat die Band Striving Vines leider nicht beantwortet.

<sup>298</sup> Auch die Band When Saints Go Machine hat nur diese Frage beantwortet.

disch und gibt an, dass Schwedisch sich als die leichtere Option anfühle, als es um das Songschreiben ging und ihre Musik im Ausland erfolgreich sei, obwohl sie schwedischsprachig sei, deswegen müssen ihre Texte nicht englischsprachig sein. Die Band werde aber oft gefragt, warum sie nicht auf Englisch singe. Die schwedische Band Johnossi singt auf Englisch, weil es sich dem Sänger der Band zufolge natürlicher anfühlt auf Englisch zu singen als auf Schwedisch. Als Kind und Jugendlicher habe er nur Bands gehört, die auf Englisch singen und alle seine Vorbilder singen auf Englisch. Als er dann anfing, Musik zu machen, war es für ihn niemals eine Option auf Schwedisch zu singen.

Die deutsche Band Madsen singt auf Deutsch, weil dies ihre Muttersprache ist und sie die besten Ausdrücke beinhalte. Auch die Band Turbostaat aus Deutschland singt auf Deutsch, gibt aber keine Begründung dafür an. Die deutsche Band die Beatsteaks singt auf Englisch, weil es sich schöner anhöre.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Bands und Musiker unterschiedliche Gründe anführen, warum sie in der jeweiligen Sprache singen. Bei den skandinavischen Musikern wird oftmals angeführt, dass die englische Sprache wie selbstverständlich in ihren Songs eingesetzt wird und es natürlich ist – teilweise haben die Musiker gar nicht über die Sprachwahl nachgedacht – diese Sprache zu verwenden, obwohl es nicht die Muttersprache ist. Dies bestätigt das Ergebnis, dass die englische Sprache in Schweden eine große Bedeutung hat und weit verbreitet ist. Die skandinavischen Musiker führen an, dass man mit dem Englischen auf einen größeren Markt trifft und man mit englischsprachigen Texten leichter Erfolg im Ausland haben kann. Sie sind international- und exportorientiert. Auch zu diesem Ergebnis kam Kapitel 4. Das Englische ist die Sprache der Pop- und Rockmusik und somit ist es naheliegend, dass viele Musiker Idole haben, welche englischsprachige Musik machen und sich die Musiker an diesen orientieren. Teilweise ist es aber einfach Geschmackssache, welche Sprache die Bands wählen. Die Beatsteaks finden das Englische schöner als das Deutsche und Palmén das Englische schöner als das Schwedische. Es handelt sich also teilweise um eine subjektive Wahl nach ästhetischen Gesichtspunkten, die zur Wahl der jeweiligen Sprache führen. In der Muttersprache zu singen hat den Vorteil, dass man sich besser ausdrücken kann, wie die Band Madsen bestätigt.

Interessant ist, dass die Band Movits! anmerkt, dass sie mit schwedischsprachiger Musik im Ausland erfolgreich ist und es somit nicht notwendig ist, englischsprachige Texte zu schreiben. Hierbei handelt es sich aber immer noch um

eine Ausnahme, da, wie in Kapitel 3.1 gezeigt wurde, schwedische Musiker normalerweise nur mit englischsprachiger Musik im Ausland erfolgreich sind. Jedoch ist es durchaus vorstellbar und möglich, auch mit schwedischsprachiger Musik im Ausland erfolgreich sein zu können. Dies ist aber der schwierigeren, weniger Erfolg versprechende Weg.

### **5.3.2 What do you think, why is your music successful abroad? What is special about your music?**

Bei der Musik der dänischen Band Dúné handelt es sich dem Sänger Matt Kolstrup zufolge um sehr energiegeladenen Synthrock, der außerhalb von Dänemark eine einzigartige Mischung sei. Dieser Synthrock werde mit Popmelodien und einer explosiven Liveshow kombiniert. Den dänischen Mitgliedern der Band Reptile & Retard fällt es schwer, auf diese Frage eine Antwort zu geben. Sie denken, dass ihr Erfolg etwas mit ihrer starken Energie zu tun habe, wenn sie live performen. „And then it’s the mix between old school rock approach and new electronical noises“.<sup>299</sup>

Die schwedische Band Evocation ist ihrem Gitarristen Marko Palmén zufolge aufgrund ihrer Melodien und dem Groove, die ihre Musik ausmache, bekannt. Für schwedische Musik gelte dies auch und sie sei deshalb so erfolgreich im Ausland. Speziell für die Musik Evocations gelte, dass ihre Musik besonders sei, weil sie den Stockholm- und den Göteborg-Sound miteinander verbinde. „We marry them together and make music that sounds melodic, groovy and brutal.“ Die schwedische Band Friska Viljor führt an, dass sie das Glück hatte, gleich zu Beginn viel Medienaufmerksamkeit bekommen zu haben. Danach habe die Band sehr viel getourt. Über ihre Musik sagen die Musiker, dass es nichts Spezielles an ihr gebe. Sie versuchen, sich darauf zu konzentrieren, die Leute glücklicher zu machen, wenn diese ihre Shows besuchen. Sie wissen aber nicht, ob dies etwas Besonderes sei. Die Schwedin Lena Malmberg glaubt, dass das Wetter beeinflussen könne und viele Musiker dann sehr kreativ werden. „Och så är vi många på liten yta som håller på – det gör på att man hör mycket om oss. Vemodet i oss gör nog sitt också.“ Movits! ist der Meinung, dass sie ein eigenes Musikgenre kreiert haben, was sie von anderen Bands abhebe. Schwedischer Swing-Hip-Hop sei nicht wirklich verbreitet. Außerdem seien

---

<sup>299</sup> Leider hat die Band Reptile & Retard nur die ersten vier Fragen beantwortet.

ihre Shows energetisch und bringen die Leute zum Tanzen und lasse sie so vielleicht vergessen, dass sie die Texte nicht verstehen. Johnossi denkt, dass es eine Kombination aus guten Songs, guter Performance, guten Songtexten und einem guten Vertrauen in das sei, was sie tun, das sie an die Stelle gebracht habe, an der sie jetzt stehe.

Nach Rammstein und den Goldenen Zitronen stehen die Amerikaner auf deutsche Rockmusik, gibt die deutsche Band Madsen als Grund an, warum ihre Musik im Ausland erfolgreich ist. Die deutsche Band Turbostaat führt an, dass es nichts Spezielles an ihrer Musik gebe. Außerdem sei Erfolg der falsche Ansatz, wenn es darum gehe, was sie machen. Die Band Beatsteaks glaubt nicht, dass ihre Musik im Ausland erfolgreich sei und es sei kein Ziel gewesen, im Ausland erfolgreich zu werden.

Die Befragung der Bands und Musiker nach Gründen für den Erfolg ihrer Musik im Ausland ergab, dass es sehr vielfältige Gründe gibt, warum Musik im Ausland erfolgreich ist: die Einzigartigkeit der Musik, neuartige Stil- und Genremischungen, energetische Live-Shows und Tourneen, Melodien, Emotionen, Melancholie, das Wetter, gute Songs und Songtexte und der vorherige Erfolg anderer Bands, die den Weg für nachfolgende Bands ebneten. Wie schon in Kapitel 4 betont wurde, gibt es nicht einen einzigen Erfolgsfaktor. Auffällig ist, dass sich die im Rahmen dieser Arbeit befragten skandinavischen Musiker stärker mit Erfolgsfaktoren auseinandergesetzt haben als die deutschen Musiker. Erfolg ist für eine der deutschen Bands der falsche Ansatz oder deutsche Bands wollen gar nicht im Ausland erfolgreich sein. Sie scheinen somit nicht so erfolgsorientiert zu sein wie die skandinavischen Musiker. Die befragten skandinavischen Musiker haben sich damit auseinandergesetzt, warum ihre Musik im Ausland erfolgreich ist und konnten größtenteils mehrere Gründe anführen. Deutlich wurde, dass Konzerte immer wichtiger für Musiker werden. Auch die Kreation von etwas Neuem, Einzigartigem wird von mehreren skandinavischen Musikern als Grund für ihren Erfolg angegeben. Hier wird deutlich, dass es für Musiker wichtig ist, nicht nur Musik zu machen, die dem Mainstream zuzuordnen ist, sondern sich von diesem abzuheben, denn so erreicht man auch, dass die Medien sich für die Musiker und ihre Musik interessieren. Die skandinavischen Musiker legen den Schwerpunkt auf die musikalischen Besonderheiten, die sie von anderen Musikern unterscheiden sowie auf die einzigartigen Liveshows. An der Band Rammstein, wie in Kapitel 3.2.6.2 dargestellt wurde, wurde herausgestellt, dass eine einzigartige Liveshow, kom-

biniert mit anderen, individuellen Merkmalen wie dem rollenden R, zum Erfolg führen kann.

### **5.3.3 What do you associate with music from your home country? Do you think your music is typical of your home country? Has your music got a geographic reference in it?**

Der Däne Matt Kolstrup schreibt über dänische Musik: „[It] is just a couple of verses and then everybody sing a long in a 'choir'. Obviously modern Danish music is very influenced by mostly American and English acts, but still I think there's a certain 'cool' (In the original meaning of the word) sound to the organic rock.“

Der schwedische Gitarrist Marko Palmén hat diese Frage leider nicht beantwortet. Der schwedischen Band Friska Viljor zufolge gibt es tausende von Bands in Schweden, die alle Genrearten spielen, so dass sie nicht denke, dass es etwas typisch Schwedisches in schwedischer Musik gebe. Der hohe Standard könne aber etwas Besonderes an schwedischer Musik sein, der durch den großen Wettbewerb zustande komme. Lena Malmborg nennt die Wehmut, schöne Melodien und hauptsächlich viele Melodien als Besonderheit schwedischer Musik. Im Allgemeinen denkt Movits!, dass Schweden in der ersten Reihe stehe, wenn es um neue, interessante Musik gehe. Auf die eigene Band bezogen, sind sie sich nicht sicher, ob ihre Musik das musikalische Klima in Schweden widerspiegele. Ihre Musik spiegele eher das Gegenteil wider seit die derzeitige Musik in Schweden mehrheitlich elektronisch sei. Sie findet nicht, dass ihre Musik einen geographischen Verweis in sich habe, sie sei sehr universell. Mit Musik aus Schweden verbindet Johnossi ein großes Herz und eine gute Arbeitsmoral. Sie sind sich nicht sicher, ob ihre Musik typisch Schwedisch sei, ein bisschen vielleicht, aber sie wisse es nicht. Ihre Musik habe keinen großen geographischen Verweis in sich, obwohl sie über dunkle Winter und helle Sommer in einigen ihrer Songs singe.

Madsen gibt an, dass sie mit dem Atom-Widerstand aufgewachsen sei und dies ihre Musik beeinflusse. Es gebe vielen Menschen zufolge in der Musik von Turbostaat einen geographischen Bezug. Jedoch schaue die Band selbst nicht auf Musik aus einem geographischen Blickwinkel heraus. „It's more about common thoughts and ethnics in music and culture.“ Die Band Beatsteaks glaubt



nicht, dass ihre Musik typisch für Deutschland sei. Sie werde auch selten im Radio gespielt.

Die schwedischen Musiker haben Schwierigkeiten mit der Beantwortung der Frage nach dem typisch Schwedischen in ihrer Musik und nach den geographischen Verweisen in ihr. Kennzeichen für Musik aus ihrem Heimatland oder Besonderheiten der schwedischen Musiklandschaft zählen sie hingegen einige auf: ein hoher Standard, der große Wettbewerb, Wehmut, schöne und viele Melodien, neue und interessante Musik stammt häufig aus Schweden und eine gute Arbeitsmoral. Hier sind mehrere Punkte zu finden, die auch in Kapitel 4 schon angesprochen wurden. Die Musiker bestätigen die Ergebnisse, dass schwedische Musik allgemein eine gute Qualität, also einen hohen Standard, besitzt und der Wettbewerb in Schweden unter den Musikern hoch ist, was sich positiv auf die Qualität der schwedischen Musik auswirkt. Auch werden von den schwedischen Musikern die Melancholie und die Melodien als eine Besonderheit von schwedischer Musik genannt. Es wird somit das in Kapitel 4.1.3.6 getroffene Ergebnis, dass das Melodische und die Melancholie typisch für schwedische Musik sind, bestätigt. Auch das Trendbewusstsein, welches in Kapitel 4.1.3.4 näher ausgeführt wurde, wird von den schwedischen Musikern angesprochen, welche anmerken, dass neue und interessante Musik häufig aus Schweden stammt. Außerdem wird von den schwedischen Musikern die gute Arbeitsmoral in Schweden genannt. Die Befragung der deutschen Musiker brachte hingegen keine Bestätigungen oder Widerlegungen der in Kapitel 4 gewonnenen Ergebnisse. Der Aussage der Beatsteaks, dass ihre Musik nicht typisch Deutsch sei, weil sie nicht im Radio gespielt wird, kann nicht zugestimmt werden, da die Songs der Beatsteaks häufig im Radio gespielt werden.

#### **5.3.4 Do you have a musical education? Did you have music lessons (eg private, in the music school ...)?**

Der Däne Matt Kolstrup hatte Musikunterricht an einer Musikschule.

Der Schwede Marko Palmén hat an einer örtlichen Musikschule in Schweden Musikstunden genommen, als er jung war. Jedoch merkt er an, dass dies langweilig gewesen sei und er, nachdem er den Musikunterricht an der Musikschule abgebrochen hatte, angefangen habe, sich selbst alles beizubringen. Einer der beiden Mitglieder der schwedischen Band Friska Viljor hat eine musikalische Ausbildung. Die Sängerin Lena Malmborg war vier Jahre auf der Kungliga

Musikskolan – musik & media und hat Klavier- sowie Orgelunterricht bekommen. Der Saxophon-Spieler Joakim Nilsson der Band Movits! hat Saxophon und Jazz studiert. Die übrigen Mitglieder haben sich im Prinzip alles selbst beigebracht. Die Mitglieder der Band Johnossi haben keine musikalische Ausbildung, sondern sich alles selbst beigebracht.

Klavier, Blockflöte, Trompete, Percussion, Schlagzeug, Gitarre, Bass usw. sind Instrumente, in denen die deutsche Band Madsen Unterricht genommen hat. Die deutsche Band Turbostaat hat keinen Musikunterricht genommen. Nur ein Mitglied der Band Beatsteaks, Thomas Götz, hat eine musikalische Ausbildung.

Es kann festgehalten werden, dass mehrere der befragten Musiker eine musikalische Ausbildung besitzen, aber auch einige keinen Musikunterricht genommen haben und sich alles selbst beigebracht haben. Somit ist eine gute Musikausbildung nicht unbedingt notwendig für einen erfolgreichen Musikexport. Eine gute Musikausbildung kann durch Talent, Musikalität und Ehrgeiz ersetzt werden. Es besteht die Möglichkeit, ohne Musikunterricht genommen zu haben, sich das Spielen von Instrumenten mit dem nötigen Durchhaltevermögen selbst beizubringen. Jedoch wurde in Kapitel 4.1.3.1 und 4.2.3.1 herausgestellt, welche Vorteile eine musikalische Ausbildung hat und welchen Einfluss sie auf den Musikexporterfolg haben kann. Sie ist somit nicht zwingend notwendig, schadet aber auf keinen Fall und hat viele Vorteile wie z. B. die Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für Musik sowie die Steigerung des musikalischen Niveaus.

### **5.3.5 Are you able to read music?**

Matt Kolstrup, Mitglied der dänischen Band Dúné, kann zwar keine Noten lesen, dafür aber Akkorde und alle anderen Formen.

Marko Palmén, Gitarrist der schwedischen Band Evocation, kann keine Noten, sondern nur die Griffschrift lesen. Einer der beiden Mitglieder der Band Friska Viljor kann genau wie die Schwedin Lena Malmborg Noten lesen. Die Mitglieder der schwedischen Bands Movits! und Johnossi können keine Noten lesen.

Ja, aber bedingt, können die Mitglieder der deutschen Band Madsen Noten lesen. Auch die deutsche Band Turbostaat kann nicht perfekt Noten lesen, sondern nur ein bisschen. Nur Thomas Götz kann bei den Beatsteaks Noten lesen.

Diese Antworten sind überraschend, da davon ausgegangen wird, dass die meisten Musiker Noten lesen können. Die guten Kenntnisse der Schweden im Notenlesen wurden mehrmals in der Sekundärliteratur angeführt, wenn es um den Erfolg des schwedischen Musikexportes ging (vgl. Kap. 4.1.3.1). Die empirische Untersuchung zeigt jedoch, dass viele Musiker keine Noten lesen können. Hiermit kann also widerlegt werden, dass die Fähigkeit Noten lesen zu können, etwas mit dem Musikexporterfolg zu tun hat. Für Gitarristen ist es z. B. ausreichend, wenn sie Akkorde lesen können. Aber auch ohne jegliche Kenntnisse sind Erfolge möglich, da es möglich ist, einzelne Instrumente intuitiv zu lernen und nach Gehör zu spielen.

### **5.3.6 How good is your English?**

Matt Kolstrups Englisch ist seiner Meinung nach sehr gut, wenn er warm geworden sei und sich wohlfühle. Allgemein könne und werde sein Englisch aber noch besser werden.

Das Englisch des Schweden Marko Palmén ist seiner Meinung nach sehr gut und er könne fast fließend sprechen und schreiben. Das Englisch der Mitglieder der schwedischen Band Friska Viljor sei ganz gut. Nicht gerade schlecht, aber auch nicht gerade gut, sei Lena Malmborg zufolge ihr Englisch. „Pretty awesome, as the queen would say“ ist die Antwort der schwedischen Band Movits!. Johnossi gibt an, dass ihre Englischkenntnisse okay seien, jedoch nicht super gut. Sie gebe sich 7 von 10 Punkten. Die Bandmitglieder geben an, dass sie besser auf Englisch singen als Englisch sprechen können.

Die deutsche Band Madsen gibt an, dass ihr Englisch schlecht sei, während das Englisch der deutschen Band Turbostaat recht gut sei. Das Englisch der deutschen Band Beatsteaks ist seiner eigenen Aussage zufolge überragend.

Die einzigen, die angeben, dass ihr Englisch nicht gut sei, ist die auf Deutsch singende Band Madsen. Alle anderen Musiker beurteilen ihr Englisch als okay bis sehr gut. Die Bandmitglieder von Johnossi nennen einen interessanten Gesichtspunkt, nämlich, dass sie besser auf Englisch singen als Englisch sprechen können. Somit sollte bei der Beurteilung der Englischkenntnisse für den Exporterfolg auch berücksichtigt werden, dass gute Englischkenntnisse zum Songwriting benötigt werden, um die Texte auf Englisch zu singen, werden keine guten oder sehr guten Englischkenntnisse gebraucht. Allgemein ist es

schwierig, die Englischkenntnisse der Musiker zu beurteilen, da man hier auf die Selbstbeurteilungen der Musiker angewiesen ist.

### **5.3.7 What musical influences do you have?**

Auffällig ist die Antwort des Dänen Matt Kolstrup, der als Antwort „Everything“ gibt. Er führt dann genauer aus, dass er Klassik, Elektro, Rock, Prog-Rock und Pop liebt. Auf einer professionellen Ebene stammen seine Einflüsse vor allem von Bands, die schon sehr großen Erfolg gehabt haben.

Der Schwede Marko Palmén, Gitarrist der Deathmetal-Band Evocation, mag am liebsten andere Deathmetal-Bands, wie z. B. Bloodbath, Bolt Thrower, At The Gates, Arch Enemy, Amon Amarth und Slayer. Als musikalische Einflüsse geben die Bandmitglieder von Friska Viljor an, dass sie alles, was sie seit ihrer Kindheit gehört haben, beeinflusst habe. Soul, Blues, Old Rock und Gospel nennt Lena Malmberg als ihre musikalischen Einflüsse. Movits! gibt an, dass sie von vielem verschiedenem Jazz, Hip-Hop und Reggae beeinflusst werde, eigentlich von aller guten Musik. Johnossi wird von Nirvana, Tool, Arcade Fire, Interpol, Sade, Beastie Boys, Sepultura, Wu Tang Clan, MGMT, White Stripes, Paul Simon, Håkan Hellström, Silverbullet, The Hives, Jose Feliciano, Joy Division, TREX, Rolling Stones, Gun Club, NOFX, Daft Punk und hundert mehr beeinflusst.

Madsen wurde durch die Beatles, Kinks, Deftones, Marvin Gaye und Slayer beeinflusst. Die Band Beatsteaks werde von vielen Bands beeinflusst: von ACDC bis ZZ Top. Auch die deutsche Band Turbostaat gibt genau wie Matt Kolstrup „Everything“ als Antwort an.

Die Antworten der befragten Musiker zeigen, dass Vorbilder und musikalische Einflüsse in der Musikwelt eine große Rolle spielen. Somit kann noch einmal bekräftigt werden, dass der ABBA-Effekt eine große Rolle für den Musikexporterfolg spielt. Musiker sind sehr musikinteressiert und nehmen wahr, welchen Erfolg ihre Vorbilder haben und orientieren sich an diesen. Bei den genannten Musikern und Bands handelt es sich meistens um angloamerikanische, jedoch nennt die Band Johnossi auch schwedische Musiker.

### **5.3.8 Do or did you work together with other musicians from your home country?**

Matt Kolstrup spielt seit er zwölf Jahre alt ist in der dänischen Band Dúné. Mit zwei Elektroacts und einer Heavy Metal Band hat er währenddessen ein paar Features gemacht.

Auch der Schwede Marko Palmén arbeitet mit anderen schwedischen Musikern zusammen. Er fügt an, dass alle Bandmitglieder der Band Evocation Schweden seien, außerdem hat die Band mit verschiedenen schwedischen Gastmusikern zusammengearbeitet, wie z. B. mit Dan Swanö (Bloodbath) oder Anders Björler (At The Gates / The Haunted). Eines der beiden Mitglieder von Friska Viljor war freiberuflicher Musiker bevor die Band gegründet wurde. Auch die Schwedin Lena Malmborg hat mit Musikern aus Schweden zusammengearbeitet. Movits! engagiert die ganze Zeit externe Musiker, sowohl für die Aufnahmen im Studio als auch für Liveauftritte. Die schwedische Band Johnossi hat mit vielen anderen Musikern aus Schweden Songs geschrieben, performed und getourt, z. B. mit The Hives, Mando Diao, Sahara Hotnights, The Soundtrack of our lives, Markus Krunegård, Agnes Karlsson, Moa Lignell, Amanda Jensen oder den Shout Out Louds.

Auch Madsen hat mit anderen Musikern aus Deutschland zusammengearbeitet und nennt z. B. EL\*KE, Juli und Bosse, genau wie Turbostaat auch schon viel mit deutschen Musikern, aber auch mit Musikern aus anderen Ländern, gearbeitet hat. Die Band Beatsteaks hat schon mit vielen anderen Musikern aus Deutschland zusammengearbeitet, z. B. mit Peter Fox.

Es wird deutlich, dass alle Bands und Musiker mit anderen Musikern zusammenarbeiten. Die Wichtigkeit von Netzwerken wird somit sichtbar. Die Musiker sind mit anderen Musikern vernetzt und durch die Zusammenarbeit entstehen neue Songs und Erfolge.

### **5.3.9 Have you already had contact with the music export office, or have you received support from it?**

Die Band Dúné hat vom dänischen Musikexportbüro Unterstützung erhalten. Die schwedische Band Evocation hat keinen Kontakt zum schwedischen Musikexportbüro gehabt oder Unterstützung von ihm erhalten, auch der Schwedin Lena Malmborg geht es so. Kontakt und ein bisschen Hilfe hat Friska Viljor

vom schwedischen Musikexportbüro bekommen, aber sie habe hauptsächlich alles selbst gemacht mit der Hilfe von Bookingagenten. Movits! hatte Kontakt zum Musikexportbüro als sie Shows in Austin gespielt hat. Die Band glaubt, dass das Musikexportbüro auch involviert war, ihnen Auftritte in der schwedischen Botschaft in Tokio und der World Fair in Shanghai zu verschaffen. Das Büro scheint also Movits! zufolge gute Arbeit zu leisten. Vielleicht habe das Management von Johnossi mit dem Musikexportbüro zusammengearbeitet und die Band glaubt, dass das Musikexportbüro ihnen einmal bei einer US-Tour ausgeholfen habe. Aber es habe keinen bemerkbaren Support gegeben. „My impression of the Swedish music export group is that they suck.“

Der deutschen Band Madsen sagt der Begriff des Musikexportbüros überhaupt nichts, sie hat noch nie davon gehört. Die Band Turbostaat gibt an, dass sie die Frage nicht versteht. Die Mitglieder der Beatsteaks haben noch nicht mit dem Musikexportbüro zusammengearbeitet.

Auffällig ist, dass den befragten skandinavischen Musikern das Musikexportbüro ein Begriff ist und es mehrere Musiker gibt, die von diesem unterstützt wurden. Die Arbeit des schwedischen Musikexportbüros wird von den schwedischen Musikern unterschiedlich bewertet – von schlecht bis gut. Jedoch ist deutlich zu erkennen, dass die skandinavischen Musiker vom Musikexportbüro unterstützt werden und somit der Gegensatz zu Deutschland deutlich wird, wo keiner der befragten Bands das Musikexportbüro ein Begriff ist – da die Band Turbostaat die Frage nicht versteht, ist anzunehmen, dass sie noch nie vom deutschen Musikexportbüro gehört hat – bzw. haben sie in der Vergangenheit nie mit ihm zusammengearbeitet. Das Ergebnis aus Kapitel 4.1.3.3.1 und 4.2.3.3.1 wird somit bestätigt.

### **5.3.10 The Swedish music export was until recently the third most successful in the world behind the USA and Great Britain. Do you have an explanation for the success of the Swedish music export?**

Matt Kolstrup nennt ABBA als Erklärung für den schwedischen Musikexporterfolg. Soweit er sich erinnern kann, ist ABBA der Act, der sich am viertbesten in der Musikgeschichte verkauft habe, so dass sie den nachfolgenden Musikern den Weg gezeigt habe. Plötzlich seien alle Augen auf Schweden gerichtet gewesen. Irgendwie sei da auch eine schwer zu beschreibende andere



Mentalität und Respekt für Musik in Schweden. Aber Kolstrup zufolge fing alles mit ABBA an.

Marko Palmén nennt als Grund für den Musikexporterfolg Schwedens die sehr starke musikalische Tradition mit Folkmusik in Schweden, „[...] that has been inherited through the years“. Außerdem sei Schweden wahrscheinlich so erfolgreich, weil es einen starken Support durch die Regierung gebe, die musikalische Aktivitäten unterstütze, indem sie Proberäume zur Verfügung stelle und es gebe eine gute musikalische Ausbildung für junge Musiker in Schweden. ABBA, Roxette und Europe werden von der schwedischen Band Friska Viljor genannt. „Success gives success“. Jedoch schließen sie ihre Antwort mit einem „maybe?“ ab. Lena Malmborg glaubt, dass es eine Rolle spiele, dass das schwedische Musikexportbüro viel Geld in gewisse Künstler investiert habe. Aber alle, die nach Deutschland fahren, bekämen kein Geld. Talent und das Klima werden von Movits! genannt, aber sicher ist sich die Band nicht. Vielleicht seien auch die kommunalen Musikschulen für den Erfolg verantwortlich. Die Band nimmt an, dass es in der Musikszene in Schweden starke Konkurrenz gebe, die miteinander wetteifere, was gut für alle sei. Johnossi glaubt, dass Schweden talentierter sei als andere Länder. Sie wisse aber nicht, warum dies so sei.

In Schweden werde der deutschen Band Madsen zufolge Musik und Kultur schon sehr lange viel mehr unterstützt und finanziert. Dies vermisse sie in Deutschland. ABBA ist das einzige, was die deutsche Band Turbostaat als Antwort gibt. Die Band Beatsteaks vermutet, dass es der unverkrampfte Umgang mit Musik sei, der die Schweden zum Erfolg führe.

Mehrere der in Kapitel 4 genannten Gründe für den Musikexporterfolg Schwedens werden auch von den befragten Musikern genannt: die gute Musikausbildung, staatliche Subventionen und das Musikexportbüro, ABBA, die musikalische Tradition mit Folkmusik und die starke Konkurrenz. Es wurde im Verlauf der vorliegenden Dissertation mehrmals darauf hingewiesen, dass die schwedische Musikszene sehr vielfältig ist und es in jedem Musikgenre sehr viele schwedische Musiker gibt. Somit treffen schwedische Musiker in jedem Genre auf viel Konkurrenz, der Konkurrenzdruck ist also hoch. Der Vorteil dieses hohen Konkurrenzdrucks ist, dass die schwedischen Musiker kreativ sein müssen, um sich von den anderen Musikern abzuheben. Auch das musikalische Niveau muss entsprechend hoch sein. Der Konkurrenzdruck führt somit dazu, dass sowohl das musikalische als auch das kreative Niveau erhöht wird. Von den

schwedischen Musikern wurde außerdem Talent als Erfolgsfaktor aufgeführt. Außerdem wurde von deutschen Musikern ein unverkrampfter Umgang mit Musik genannt. Interessant ist, dass sich auch die deutschen Musiker eine Meinung über den Erfolg des schwedischen Musikexportes gebildet haben und Gründe anführen, warum der schwedische Musikexport so erfolgreich ist. Die starke Unterstützung von Musik und Kultur in Schweden wird von den deutschen Musikern in Deutschland vermisst.

Nicht genannt wurden die Englischkenntnisse, neue Technologien und das Trendbewusstsein, die Strukturumwandlung in der Schallplattenindustrie sowie das Zusammenwirken der Branchen, das Schweden-Image und Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien.

### **5.3.11 What do you think is characteristic of Swedish music?**

Gute Melodien sind dem Sänger der dänischen Band Dúné zufolge charakteristisch für schwedische Musik. Auch die Schwedin Lena Malmborg gibt an, dass sie schwedische Musik für melodisch halte. Außerdem sei diese melancholischer und *hittigt*.

Der Gitarrist Marko Palmén hat auf diese Frage keine Antwort gegeben. Die Band Friska Viljor glaubt nicht, dass es etwas Charakteristisches in schwedischer Musik gebe. Es gebe zu viele Einflüsse aus den USA und Großbritannien, als dass schwedische Musik etwas Eigenes sein könnte. Ideenreichtum und das Kreieren sehr guter neuer Sounds, denen die restliche Welt gerne folge, gibt Movits! als Antwort an. Viel Herz in der Musik, gutes Songwriting und gute Performances gibt Johnossi als Kennzeichen schwedischer Musik an.

Der deutschen Band Madsen zufolge lerne man Rock und Pop in Schweden ganz anders. Man werde viel mehr auf Band getrimmt und unterstützt. Die Band fügt an, dass sie die schwedische Band Royal Republic super finde. Die deutsche Band Turbostaat gibt „Hair and DNA“ als Antwort. Die Band Beatsteaks glaubt, dass es etwas Charakteristisches an schwedischer Musik gebe, sie könne dies aber nicht in Worte fassen.

Die befragten skandinavischen Musiker bestätigen die schon in Kapitel 4.1.3.6 erzielten Ergebnisse, dass schwedische Musik sehr melodisch und melancholisch ist. Den deutschen Bands fällt es schwer, etwas Charakteristisches an schwedischer Musik in Worte zu fassen. Gutes Songwriting, gute Performances, Ideenreichtum und das Kreieren neuer Sounds sind weitere Charakte-

ristika, die von schwedischen Musikern als typisch für schwedische Musik genannt werden. Allerdings gibt es auch Musiker, die behaupten, dass es nichts Charakteristisches an schwedischer Musik gebe, da die Einflüsse aus den USA und Großbritannien zu groß seien. Jedoch gibt es unter den befragten Musikern auch solche Musiker, die das Gegenteil behaupten und der Meinung sind, dass die Schweden durch die Kreation von neuen Sounds die restliche Welt beeinflussen.

### **5.3.12 What do you think about web 2.0? Does it help you to become more famous abroad?**

Matt Kolstrup zufolge hilft das Web 2.0 Bands, die nicht aus Großbritannien oder den USA kommen, um weltweit mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Außerdem hilft es, Musik an Orten zu verbreiten, die man sich nie hätte vorstellen können. Matt Kolstrup ist somit der Meinung, dass Web 2.0 seiner Band geholfen habe, im Ausland bekannter zu werden. Genau das denkt auch die Schwedin Lena Malmborg. Blogger haben genau wie auch andere soziale Medien viel Einfluss. Auch die deutsche Band Madsen findet Web 2.0 sehr hilfreich. Besonders Facebook könne man fantastisch nutzen, um bekannter zu werden.

Der Schwede Marko Palmén kann mit dem Begriff Web 2.0 nichts anfangen und weiß nicht, was dies sei. Auch die schwedische Band Friska Viljor weiß genau wie die Band Movits! nicht, was Web 2.0 bedeutet. Johnossi hat keine Antwort auf diese Frage und es ist ihr auch egal.

Die deutsche Band Turbostaat schreibt, dass sie nicht mit dieser Sichtweise auf Musik blicke. „Wessen Update ist das?“, gibt die Band Beatsteaks als Antwort an.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Frage genauer hätte gestellt werden müssen, da nicht allen Musikern der Begriff Web 2.0 geläufig ist. Die Musiker, denen der Begriff geläufig ist, beurteilen Web 2.0 als sehr wichtig. Mit Web 2.0, also mit den sozialen Medien wie Facebook und Bloggs, kann weltweite Aufmerksamkeit erzielt werden. Außerdem kann Musik an Orten verbreitet werden, an die vorher nicht gedacht worden ist. Web 2.0 hilft somit, Musiker im Ausland bekannter zu machen. Es wird somit das in Kapitel 4.1.3.4 und 4.1.3.7 erzielte Ergebnis bestätigt, dass neue Technologien und auch die

sozialen Medien in der heutigen Zeit eine wichtige Rolle in der Musikbranche spielen, um Musik im Ausland erfolgreich zu machen.

## 5.4 Stellungnahmen von Experten

Zusätzlich zu den Musikern wurden Experten aus der Musikbranche gefragt, warum sie glauben, dass der schwedische Musikexport so erfolgreich sei.

Torgny Sandgren, zurzeit im Nordischen Ministerrat in Kopenhagen arbeitend, hat für den schwedischen Kulturrat einen Bericht über schwedische Musik im Ausland geschrieben, dessen Fokus darauf liegt, die Frage zu beantworten, wie der Staat schwedische Musik im Ausland stimulieren kann. In seiner E-Mail nennt er die seiner Meinung nach für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlichen Gründe. Er ist der Auffassung, dass „framgång föder framgång“. Wenn jemand Erfolg hat, gibt es Nachfolger, die auch erfolgreich sein möchten. Als zweiten Grund nennt er die guten englischen Sprachkenntnisse der Schweden. Außerdem ist er der Meinung, dass die sog. „infrastruktur för skapande“, also die Kulturschulen, Jugendzentren, der Studieförbund – diese Organisation stellt Übungsräume bereit, organisiert das Vereinsleben usw. – dazu beitragen, dass der schwedische Musikexport so erfolgreich ist. Als vierten Grund nennt er das schwedische *trygghetssystem*, das dazu beiträgt, dass es große Möglichkeiten gebe, seine Träume wahr werden zu lassen, da man nicht so besorgt um seine finanzielle Lage sein müsse und die Freizeitinteressen in den Vordergrund stellen könne. Zum Abschluss nennt er einige weitere Punkte, die für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich sein könnten: die Schweden sind neugierig, was in der Welt geschieht, passen sich Trends und somit auch der Nachfrage des Marktes an, schwedische Musiker werden von einigen, z. B. Asiaten, als etwas Exotisches wahrgenommen. Torgny Sandgren nennt in seiner Stellungnahme aber nicht nur Gründe, die seiner Meinung nach für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich sein können, sondern stellt auch zur Diskussion, ob die Schweden im Vergleich zu anderen Nationen wirklich so erfolgreich seien und man sehr genau darüber nachdenken solle, ob und warum der schwedische Musikexport so erfolgreich ist. Sandgren zufolge gebe es keine ordentliche vergleichende Studie darüber, die meisten Studien seien Spekulationen, oft von der Musikbranche herausge-

geben, die sich positiv darstellen wolle.<sup>300</sup> Am 30.03.2013 gab Torgny Sandgren in einem per E-Mail geführten Interview noch weitere Auskünfte. Zuerst wurde er danach gefragt, wie er seine Studie im Nachhinein bewerte und ob seine Studie für den Kulturrat dessen Arbeit verändert habe. Sandgren weiß leider nicht, ob seine Studie die Kulturpolitik beeinflusst hat und wie der Kulturrat die Ergebnisse seiner Studie verwendet hat. Als nächstes sollte er die Frage beantworten, was seiner Meinung nach der wichtigste Faktor für einen erfolgreichen Musikexport sei. Sandgren nennt jedoch nicht den seiner Meinung nach wichtigsten Faktor, sondern nennt mehrere: die guten Englischkenntnisse der Schweden, die Tatsache, dass Schweden ein kleines Land ist und von anderen Märkten (z. B. Deutschland) abhängig sei und die tüchtigen Musiker, Produzenten und Songwriter. Sandgren merkt an, dass es im Sport eine Theorie gebe, die besage, dass man eine breite Basis brauche, um eine Elite zu bekommen, d. h. je mehr Amateure es gebe, desto besser werden die besten werden. Seiner Meinung nach könne dies auch auf die Musikbranche zutreffen. In Schweden gebe es eine breite Basis, da ca. 300.000 Jugendliche eine Kulturschule besuchen, viele Jugendliche gebe es in der *Folkbildning* und es gebe in dem Studieförbund 12.000 Bands. Viele Auftrittsmöglichkeiten haben die schwedischen Jugendlichen in Jugendzentren. Als nächstes wurde ihm die Frage gestellt, was besonders an schwedischer Musik sei und was er mit Musik aus Schweden verbinde. Was ist der Unterschied zwischen dänischer und schwedischer Musik? Er führt aus, dass es auf der einen Seite diejenigen gebe, die der Meinung seien, dass es besondere Qualitäten in schwedischer Musik gebe, wie z. B. die Melancholie und das Melodiöse usw. Sandgren selbst glaubt nicht daran, er meint, dass es mehr darum gehe, dass schwedische Musiker sehr tüchtig darin seien, international gängige Musik zu machen und sie außerdem innovativ seien. Sandgren unterstreicht die Wichtigkeit von Technik, da vieles der musikalischen Entwicklung technikbasiert sei. Technik werde verwendet, um interessante Musik zu schaffen. Es gibt in Schweden viele Musiktechnikfirmen, die internationalen Erfolg haben. Sandgren führt aus, dass die Kombination aus neuer, innovativer Technik und tüchtigen Musikern/Songwritern dazu führe, dass die Schweden Musik produzieren können, die auf dem internationalen Markt interessant sei. Erfolg fördere Erfolg. Wenn andere Musiker se-

---

<sup>300</sup> Diese Aussagen stammen aus einer E-Mail Torgny Sandgrens an die Verfasserin vom 05.02.2013.

hen, dass auch andere erfolgreich sind, sehen sie die Möglichkeit, auch erfolgreich sein zu können.

Die Befragung von Torgny Sandgren ergab, dass er viele der in Kapitel 4 genannten Faktoren aufführt und für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich macht. Er macht die guten Englischkenntnisse, die gute Infrastruktur sowie die gute Übungsraumsituation, die Neugierde der Schweden, die Anpassung an Trends, die Wahrnehmung der Schweden als etwas Exotisches, die geringe Größe des Landes, so dass es von anderen Märkten abhängig ist, die tüchtigen Akteure der Musikindustrie, die vielen musizierenden Jugendlichen und Amateure, die dafür sorgen, dass eine breite Basis entsteht, die wichtig ist, um eine Elite zu bekommen, das Sozialsystem in Schweden und die vielen vorhandenen Auftrittsmöglichkeiten für den Erfolg des schwedischen Musikexportes verantwortlich. Sandgren ist der Meinung, dass Erfolg Erfolg fördert. Die Schweden sind innovativ und es gelingt ihnen, dank des Einsetzens von neuer und innovativer Technik, international gängige Musik zu machen. Er glaubt allerdings nicht, dass die besonderen Qualitäten schwedischer Musik – also Melancholie und das Melodiöse – für den Musikexporterfolg Schwedens verantwortlich sind. Außerdem macht Sandgren darauf aufmerksam, dass es keine geeignete vergleichende Studie zum Musikexporterfolg Schwedens gibt, so dass noch mal die Wichtigkeit der vorliegenden Dissertation deutlich wird, die diesen Mangel beheben soll.

Torsten Dohm, Manager der Beatsteaks, ist der Auffassung, dass der Unterschied zwischen dem schwedischen und dem deutschen Musikexport sehr einfach zu erklären sei. Die schwedische Regierung supportete die schwedischen Bands, indem sie viel Geld in den Musikexport steckte. Die Band Beatsteaks bekomme keinen Support von der deutschen Regierung. In den letzten Jahren haben viele deutsche Bands zwar Support erhalten, aber auf keinen Fall so viel wie die schwedischen Bands. Torsten Dohm ist der Meinung, dass dies besser als nichts sei, so wie es noch vor einigen Jahren der Fall gewesen sei. Außerdem merkt er an, dass dies vielleicht mit der deutschen Mentalität zu tun haben könnte. Klassische Musik besitze in Deutschland einen kulturellen Wert, elektrische Gitarren nicht.<sup>301</sup> Dohm macht somit auf die Missstände in Deutschland aufmerksam. Die deutsche Regierung unterstützt den Musikexport nicht stark genug und klassische Musik hat in Deutschland einen höheren kulturellen Wert

---

<sup>301</sup> Diese Aussagen stammen aus einer E-Mail Torsten Dohms an die Verfasserin vom 01.09.2011.



als elektrische Musik. Allerdings merkt er auch an, dass es bezüglich der staatlichen Unterstützung in den letzten Jahren Verbesserungen gab.

In einem persönlichen Gespräch mit dem schwedischen Komponisten Fredrik Kempe am 06.05.2011 antwortete dieser auf die Frage, warum der schwedische Musikexport erfolgreicher sei als der dänische und norwegische, dass Schweden eine lange Musiktradition mit viel traditioneller Musik habe. Außerdem spielen viele Kinder von Kleinauf ein Musikinstrument. Er selbst habe auch schon als Kind das Spielen eines Instruments erlernt. Fredrik Kempes Meinung nach ist ABBA wichtig für den Musikexport. Er selbst habe schon mit Benny Andersson zusammengearbeitet und in seinem Musical mitgespielt. Außerdem seien Englischkenntnisse wichtig. Schweden sei so klein, dass man Englisch können müsse und die Filme werden nicht synchronisiert. Auch Kempe macht mehrere der in Kapitel 4 genannten Faktoren für den Musikexporterfolg verantwortlich: die lange Musiktradition, die vielen musizierenden Kinder, ABBA, die guten Englischkenntnisse und die geringe Größe Schwedens.

## **5.5 Fazit der empirischen Untersuchung**

Die Ergebnisse zur musikalischen Ausbildung, die durch die Befragung der Musiker erzielt wurden, stimmen mit den in Kapitel 4 erzielten Ergebnissen überein: Eine gute Musikausbildung ist nicht zwingend für einen erfolgreichen Musikexport notwendig, auch Kenntnisse im Notenlesen sind nicht erforderlich, allerdings wirken sich eine gute Musikausbildung und Kenntnisse im Notenlesen nicht negativ auf den Musikexport aus, sondern besitzen viele Vorteile. Mehrere der befragten Musiker machten die gute Musikausbildung in Schweden für den Musikexporterfolg neben weiteren Faktoren verantwortlich. Die vorteilhaftere Proberaumsituation, auf die in Kapitel 4 schon aufmerksam gemacht wurde, wird von einem befragten Experten bestätigt.

Interessant sind die Ergebnisse des Empiriekapitels zur Sprachwahl, da man nur durch die direkte Befragung von Musikern herausfinden kann, warum diese sich für eine bestimmte Sprache entscheiden. In Kapitel 4 konnten Gründe angeführt werden, die für die Wahl der Muttersprache oder die des Englischen sprechen. Auffällig ist, dass mehrere Musiker sich nicht darüber dessen bewusst sind, warum sie sich für die jeweilige Sprache, auf der sie singen, entschieden haben. Allerdings haben sich mehrere skandinavische Musiker für das Englische entschieden, da sie so auf einen größeren Markt treffen und sie inter-

nationale Erfolge feiern wollen. Oftmals sind auch ästhetische Gründe für die Wahl einer Sprache angeführt worden oder das bessere, leichtere Ausdrucksvermögen in der Muttersprache. Am Beispiel von Movits! kann man erkennen, dass Erfolge auch mit schwedischsprachiger Musik im Ausland möglich sind, wenn sie auch deutlich schwieriger zu erreichen sind. Die befragten skandinavischen Musiker verfügen über gute Englischkenntnisse, nur eine deutsche Band – welche auf Deutsch singt – gab an, dass sie keine guten Englischkenntnisse besitze. Dies bestätigt das Ergebnis aus Kapitel 4, dass für auf Deutsch singende Musiker gute Englischkenntnisse nicht erforderlich sind.

Die in Kapitel 4 herausgestellten Eigenschaften schwedischer Songs – das Melodische und Melancholische – wurden auch von den befragten Musikern und Experten genannt. Auch wenn keine Einigkeit darüber besteht, ob es spezifisch schwedische Merkmale in schwedischen Songs gibt – und es vor allem den deutschen Bands schwergefallen ist, etwas Charakteristisches an schwedischer Musik in Worte zu fassen – so haben doch mehrere der befragten Personen das Melodische und Melancholische genannt. Es gab auch Musiker, die behaupteten, dass es nichts Charakteristisches an schwedischer Musik gebe, da die Einflüsse aus den USA und Großbritannien zu groß seien. Dies stimmt nicht mit den vorher erzielten Ergebnissen überein, wo herausgestellt wurde, dass die Amerikanisierung heutzutage keine so große Rolle mehr spielt und sich viele Musiker auf ihre eigene schwedische Kultur besinnen und ihre schwedische Herkunft in ihre Texte einbinden. Das Problem an schwedischer Musik ist, dass diese meist als qualitativ hochwertig wahrgenommen wird, somit von der Qualität her meist nicht von angloamerikanischer Musik zu unterscheiden ist und ihr dann keine besonderen Merkmale mehr zugeschrieben werden. Wie aber Kapitel 4 gezeigt hat, haben schwedische Musik und die schwedischen Musiker ein eigenes Image und somit mehrere Merkmale, die sie von der Musik und den Musikern anderer Länder unterscheiden, diese werden aber oft nicht oder nur unbewusst wahrgenommen. Wenn schwedische Musik keine besonderen Merkmale – wie z. B. das Melodiöse – hätte und nur ein „billiger Abklatsch“ angloamerikanischer Musik wäre, so hätte sie auch nicht so einen großen Erfolg im Ausland. Es kann dem Experten Sandgren nicht zugestimmt werden, dass das Melancholische und Melodische nicht für den Musikexporterfolg verantwortlich sind. Andere Musiker nannten hingegen die Melodien und die Melancholie, als sie gefragt wurden, warum schwedische Musik im Ausland erfolgreich ist. Es sind zwar vielleicht nicht immer diese beiden Merkmale – die

natürlich auch nicht in jedem schwedischen Song vorhanden sind – die schwedische Musik zu etwas Besonderem machen und von Musik anderer Länder unterscheiden, jedoch brauchen Songs, um erfolgreich zu werden und auf eine Rezeptionsbasis im Ausland zu stoßen, etwas Charakteristisches. Von den schwedischen Bands wurde als charakteristisch für schwedische Musik das gute Songwriting, gute Performances, Ideenreichtum und das Kreieren neuer Sounds genannt. Die befragten Musiker nennen die Einzigartigkeit der Musik, neuartige Stil- und Genremischungen, energetische Live-Shows und Tourneen als Erfolgsfaktoren. Durch das Kreieren neuer Sounds sind die Schweden durchaus in der Lage, andere Länder zu beeinflussen. Nur das bloße Nachahmen anderer, angloamerikanischer Musiker führt nicht zu Erfolgen im Ausland. Kap. 3 konnte zeigen, dass es in den 50er und 60er Jahren keine großen Exporterfolge schwedischer Musiker gab, da die Musiker viel zu stark an Großbritannien und den USA orientiert waren und es keine eigenständige, innovative Musik gab. Heutzutage kommt neue und interessante Musik aus Schweden, dies gaben auch die befragten Musiker an. Die Songs und Songtexte sind von hoher Qualität. Mit schwedischer Musik assoziieren die befragten Musiker einen hohen Standard.

Kapitel 4.1.3.8 verdeutlichte, dass der ABBA-Effekt eine große Rolle für den Musikexporterfolg Schwedens spielt. Auch die befragten Musiker und Experten nennen ABBA als einen der Erfolgsfaktoren. Man ist sich einig, dass Erfolg Erfolg fördert, der Erfolg ABBA steckt an. Die Antworten auf die Frage nach den musikalischen Beeinflussungen zeigten, dass Musiker Vorbilder haben. Es kann angenommen werden, dass sie von diesen inspiriert werden und wahrnehmen, welche Erfolge die Vorbilder haben. Da ABBA der erfolgreichste Musikexporteur Schwedens ist, haben die schwedischen Musiker die Auslandserfolge ABBA wahrgenommen und bekommen das Bewusstsein dafür, dass es möglich ist, als schwedischer Musiker auch im Ausland Erfolge feiern zu können.

Viele der in Kapitel 4 behandelten und für den Musikexporterfolg verantwortlich gemachten Faktoren wurden auch von den befragten Musikern und Experten genannt. Die staatlichen Subventionen und ExMS in Schweden sind für den Musikexporterfolg verantwortlich. Wie man am Beispiel des schwedischen Musikexportbüros erkennen kann, ist die staatliche Unterstützung in Schweden größer als in Deutschland. Dies ist auch den befragten Musikern und Experten bewusst. Mehrere der befragten schwedischen Musiker wurden von ExMS un-

terstützt, während den deutschen Musikern das deutsche Musikexportbüro, welches mittlerweile – wie schon erwähnt – nicht mehr existiert, kein Begriff ist. In Deutschland wird der Musikexport nicht stark genug unterstützt, klassische Musik wird viel stärker gefördert als Pop- und Rockmusik. Diese von einem Experten gemachte Aussage wurde in Kapitel 4 auch schon getroffen. Klassische Musik wird in Deutschland massiv gefördert, in der Pop- und Rockmusik gibt es nicht die gleiche, gute Förderung. Der befragte Experte gab zwar an, dass es in den letzten Jahren Verbesserungen bzgl. der staatliche Förderungen gab, diese aber noch lange nicht ausreichen und an die Förderung in Schweden heranreichen. In Kapitel 4 wurde das gleiche Ergebnis getroffen: In Deutschland wird der Musikexport im Vergleich zu Schweden nicht so stark staatlich gefördert. Deutschland hat die Wichtigkeit der Förderung von Populärmusik nicht erkannt. In Kapitel 4 wurde festgestellt, dass ExMS sich ständig verändert, weiterentwickelt und finanziell von der Regierung subventioniert wird und die Arbeit von ExMS als positiv wahrgenommen wird. Von den befragten Musikern wurde die Arbeit von ExMS hingegen teilweise nicht so wahrgenommen, sondern auch kritisiert. Hieraus lässt sich schlussfolgern, dass ExMS sich noch mehr direkt an die Musiker wenden sollte und noch stärker offenlegen sollte, welche Aufgaben das Büro hat und wie sie den jeweiligen Musikern weiterhelfen können. Denn dies machen sie definitiv.

Weitere, von den Musikern und Experten für den Musikexporterfolg verantwortlich gemachte Faktoren sind die musikalische Tradition mit Folkmusik, das gute Sozialsystem, viele vorhandene Auftrittsmöglichkeiten, die Wahrnehmung der Schweden als etwas Exotisches, die geringe Größe des Landes, die tüchtigen Akteure der Musikindustrie, viele musizierende Kinder und Jugendliche und Amateure, so dass eine breite Basis entsteht, die wichtig ist, um eine Elite zu bekommen, eine gute Infrastruktur, die Neugierde der Schweden, die Anpassung an Trends, eine starke Konkurrenz, so dass die Musiker kreativ sein müssen und ein hohes, musikalisches Niveau vorweisen müssen, um sich von anderen Musikern abzuheben, Trendbewusstsein – neue, interessante Musik stammt häufig aus Schweden – Talent, unverkrampfter Umgang mit Musik und eine gute Arbeitsmoral. Es wurde von den befragten schwedischen Musikern bestätigt, dass schwedische Musik allgemein eine gute Qualität besitzt und der Wettbewerb unter den Musikern hoch ist, was sich positiv auf die Qualität der schwedischen Musik auswirkt. Alle diese Faktoren wurden auch in Kapitel 4 genannt. Von den Musikern und Experten wurden die neuen Technologien und

das Fortschrittsdenken innerhalb dieser nicht als Erfolgsfaktor genannt, jedoch wurde bei der Frage zu Web 2.0 die Wichtigkeit der sozialen Medien betont, um Musiker im Ausland erfolgreich zu machen und somit wurde das Ergebnis aus Kapitel 4 bestätigt. Es wurde nicht explizit das Zusammenwirken der Branchen und Musiker als Erfolgsfaktor von den befragten Musikern angeführt, jedoch konnte durch die Frage zur Zusammenarbeit mit anderen Musikern bestätigt werden, dass Musiker eigentlich immer auch mit anderen Musikern zusammenarbeiten und die Wichtigkeit von Netzwerken wurde verdeutlicht.

Die Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien, das Schweden-Image und die Strukturumwandlung in der Schallplattenindustrie wurden von den befragten Experten und Musikern nicht genannt. Dafür wurden von den befragten Musikern noch das Wetter und die Emotionen (Wehmut) genannt. Dadurch, dass sich schwedische und deutsche Musiker eine Meinung über den schwedischen Musikexporterfolg gebildet haben, wird deutlich, dass der schwedische Musikexport auch wirklich in der Musikwelt als erfolgreich wahrgenommen wird.

Überraschende Ergebnisse hat die empirische Untersuchung nicht gebracht, sondern die Ergebnisse aus Kapitel 4 bestätigt. Es ist deutlich geworden, dass nicht ein einzelner Faktor für den schwedischen Musikexporterfolg verantwortlich ist, sondern das Zusammenspiel vieler Faktoren den Erfolg ausmacht.

## 6 Wie kann der Musikexport gesteigert werden?

Neben der Frage, warum der schwedische Musikexport so erfolgreich ist, ist es ein zentrales Anliegen der vorliegenden Dissertation die Frage zu beantworten, wie man den Musikexport steigern kann. Bevor eigene Ergebnisse zur Beantwortung der Frage dargelegt werden, wird eine Studie vorgestellt, die dieser Frage nachgeht. ExMS und Musiksverige haben gemeinsam eine Musikexportstrategie erstellt, die im Juni 2013 veröffentlicht wurde. Diese baut auf den Ergebnissen auf, die eine Fragebogenuntersuchung unter Firmen der Musikbranche ergeben hat. Das Ziel der Strategie ist es, der Regierung Empfehlungen zu geben, wie sie zur Steigerung des schwedischen Musikexportes beitragen kann. Dafür wurden Firmen der Musikbranche danach befragt, wie sie versuchen, den Musikexport zu erhöhen und welche Maßnahmen man in Zukunft ergreifen will, um den Musikexport zu steigern. Ein Ergebnis der Befragung ist, dass die meisten Firmen die gleichen Märkte favorisieren. Hierbei handelt es sich um Märkte, in denen das Urheberrecht funktioniert: Deutschland, USA, Großbritannien und die nordischen Länder. Zu den Märkten, die in der Zukunft wichtig werden könnten, zählen Indien und Brasilien. Für den Musikexporterfolg ist eine geplante und funktionierende Kommunikation sehr wichtig. Es wird vorgeschlagen die Auslandsmittel des Staates im Dialog mit der Branche zu planen und außerdem sollen diese langfristig sein. Die Aktivitäten der Musikindustrie, z. B. die Präsenz bei Messen oder die Durchführung von Showcases, sind an unterschiedliche Zielgruppen wie Schallplattenfirmen oder Blogger gerichtet. Um in Zukunft noch erfolgreicher Musik zu exportieren, wollen viele Firmen stärker mit Medien im Ausland zusammenarbeiten und internationale Gäste nach Schweden einladen. Die Einsätze der Regierung für den Musikexport können effektiviert werden, indem man einen Koordinator für kreative Gewerbszweige einsetzt, der die Arbeit zwischen dem Gewerbe-, Auslands- und Kulturrat koordiniert und eine ministeriumsübergreifende staatliche Strategie erstellt, die zur Internationalisierung und zur Erhöhung des Musikexportes beiträgt. Außerdem soll ein Koordinator für Musikexport und Internationalisierung eingesetzt werden, der die Arbeit zwischen Business Sweden, Konstnärskommittén, dem Kulturrat, Statens Musikverk, Svenska institutet und Visit Sweden koordiniert. Eine weitere Empfehlung für den Staat ist, dass man daran arbeiten soll, das Urheberrecht zu stärken und auch die Möglichkeiten, die Einnahmen aus Urheberrechten aus dem Ausland zu erhöhen, sollen gestärkt wer-



den. Eine letzte Empfehlung für den Staat ist „[...] flytta medel till exportfrämjande av musik i utrikesmyndigheternas budgetar (från Sverigebildsfrämjande)“ (vgl. Musiksverige 2013b). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Studie einige Möglichkeiten auflistet, wie der Musikexport gesteigert werden kann: eine gute Planung der Kommunikation zwischen der Regierung und der Musikbranche, Intensivierung der Zusammenarbeit mit ausländischen Medien, das Einsetzen eines Koordinators für kreative Gewerbezweige und für den Musikexport und die Internationalisierung, Stärkung des Urheberrechts durch den Staat sowie die Bereitstellung eines Budgets für die Musikexportförderung durch das Auslandsamt.

Auch durch die bisher erzielten Ergebnisse der vorliegenden Dissertation können Handlungsempfehlungen zur Steigerung des Musikexportes gegeben werden. Der Besuch einer Musikschule führt nicht automatisch zu einem Musikexporterfolg, deswegen ist dies ein indirekter Faktor, der sich auf den Musikexport auswirken kann. Nur weil man viel übt und musikalisch gefördert wird, wird man nicht automatisch ein Star. Hier spielt auch der nicht beeinflussbare Faktor Talent eine Rolle. Aber je besser die Bedingungen sind und je mehr Kinder und Jugendliche eine Musikschule besuchen, desto höher ist die Chance, dass diese später auch Berufsmusiker werden und weiter Musik machen. Die Musikschulen können das Interesse an Musik wecken, Kindern und Jugendlichen eine gute musikalische Ausbildung geben, sie in ihren Starträumen unterstützen und das musikalische Niveau erhöhen. Hier ist ein entscheidender Punkt des Einflusses der Musikschulen auf den Musikexporterfolg zu sehen: die Steigerung der musikalischen Qualität. Auch durch die berufliche Musikausbildung wird die musikalische Ausbildung gesteigert. Eine gute musikalische Ausbildung kann sich nur positiv und nicht negativ auf den Musikexport auswirken. Es sollten also weiterhin die Musikschulen staatlich gefördert werden, damit die Gebühren niedrig gehalten werden können und möglichst vielen Kindern der Besuch einer Musikschule ermöglicht werden kann. Da die Musikschulen in Deutschland im europäischen Vergleich nicht so stark finanziell gefördert werden, ist hier ein Nachholbedarf des deutschen Staates zu sehen. Der deutsche Staat sollte die Musikausbildung stärker fördern – vor allem auch im Rock- und Popbereich und nicht nur im klassischen Bereich.

Die guten Englischkenntnisse könnten eine Rolle für den Musikexporterfolg spielen, da dadurch, dass die Schweden eine gute englische Aussprache haben, die sich oft kaum von Muttersprachlern unterscheiden lässt, die Qualität der

Songs bezüglich der Sprache sehr hoch und mit der Qualität der britischen und amerikanischen Songs zu vergleichen ist. In Deutschland spielen die Englischkenntnisse zwar nicht so eine große Rolle für den Musikexporterfolg wie in Schweden, jedoch sollte man in Deutschland englischsprachige Kinofilme und Fernsehsendungen auch untertiteln statt sie zu synchronisieren, damit die deutsche Bevölkerung öfter die englische Sprache hört und automatisch die Englischkenntnisse verbessert werden. Falls es deutschen Musikern nicht gelingt, mit deutschsprachigen Songs im Ausland erfolgreich zu sein, haben sie immer noch die Möglichkeit, diese auf Englisch zu übersetzen und zu versuchen, damit erfolgreich zu werden. Allerdings sind deutschsprachige Songs im Ausland beliebt und liegen im Trend. Deutschsprachige Musik hat einen guten Ruf im Ausland. Deutsche Musiker sollten also weiter versuchen, mit deutschsprachigen Songs im Ausland erfolgreich zu sein, da sie sich dadurch von anderen Nationen abheben, die sich auf englischsprachige Songs konzentrieren, so wie dies in Schweden der Fall ist.

Ein Musikexportbüro trägt zweifellos zur Stärkung und Erhöhung des Musikexportes bei. Ein Musikexportbüro kann wichtige Aufgaben übernehmen, die den Musikexport direkt fördern. Musikexportbüros sind gute Anlaufstellen für Musiker, die Erfolge im Ausland feiern wollen, vom Musikexportbüro gebildete Netzwerke vereinfachen den Export. Wie am Beispiel des schwedischen Musikexportbüros deutlich geworden ist, hat ExMS vermutlich dazu beigetragen, dass in den Medien und in der Öffentlichkeit die Begriffe Export und Musik miteinander in Verbindung gebracht wurden und über den schwedischen Musikexport – erst nur in Schweden und dann weltweit – berichtet wurde. Auch die Verleihung eines Musikexportpreises durch die Regierung ist als musikexportfördernd zu bewerten, da Musikern so gezeigt wird, dass es möglich ist, im Ausland erfolgreich zu werden und er somit als Ansporn gelten kann und die Wertschätzung der Regierung zeigt. Dadurch, dass die nordischen Staaten NOMEX gegründet haben, wird der Musikexport der nordischen Staaten gestärkt. Deutschland hat sich mit keinen Ländern zusammengesgeschlossen – hier existiert ja nicht einmal ein Musikexportbüro – jedoch wäre eine Zusammenarbeit mit Österreich und der Schweiz wünschenswert, da hier auch deutschsprachige Musik produziert wird. Wie man an den durch NOMEX realisierten Projekten erkennen kann, gibt es vielfältige Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Auch ein gut ausgebildetes Netzwerk ist wichtig für den Musikexporterfolg. NOMEX ist ein gutes Beispiel dafür, wie ein entsprechendes Netzwerk ausse-

hen kann. Es ist wichtig, dass sich die deutsche Musikbranche nicht nur auf den eigenen Musikmarkt konzentriert, sondern auch versucht, Musiker im Ausland erfolgreich zu machen, da dies – wie man am Beispiel Schweden sehen kann – ein positives Licht auf Deutschland werfen kann und dann möglicherweise auch andere Branchen und die Politik davon profitieren. Es sollte auf jeden Fall ein Musikexportbüro in Deutschland eingerichtet werden, um die Musikindustrie darin zu unterstützen, deutsche Musiker im Ausland erfolgreich zu machen. Events, Messen, Festivals und Showcases sollten im Ausland durchgeführt werden, um auf deutsche Musik aufmerksam zu machen. Ausländische Journalisten sollten nach Deutschland eingeladen werden. Diese Aufgaben könnte ein deutsches Musikexportbüro übernehmen. Ressourcen müssen effizient eingesetzt werden, deswegen ist es wichtig, immer wieder Studien und Befragungen durchzuführen. Der Staat muss sich um den Musikexport kümmern. In vielen europäischen Nachbarländern stehen große Budgets zur Verfügung, um den Musikexport zu unterstützen und Auslandsmärkte zu erschließen, es müssen Konzepte erstellt werden, wie man den Musikexport gezielt fördern kann. Dies ist von Land zu Land unterschiedlich, so muss durch Studien herausgefunden werden, welche Länder sich als Exportmärkte eignen. Der deutsche Staat hat einigen Nachholbedarf, was die Förderung des Musikexportes betrifft und sollte dringend mehr in den Musikexport investieren. Das schwedische Exportbüro sollte seine Arbeit fortsetzen und den schwedischen Musikern deutlicher machen, wie sie unterstützt werden können und welche Aufgaben das Büro hat. Ansonsten leistet ExMS hervorragende Arbeit.

Da sich der Vertrieb von Musik immer weiter in Richtung des Internets verlagert, ist das Internet sehr wichtig für die Musikbranche geworden. Auch für das Bewerben von Musik im Ausland setzt sich die Nutzung von Internetplattformen immer weiter durch, digitale Musikdienste werden immer mehr genutzt und akzeptiert. Eine Zusammenarbeit zwischen Telefon- und Internetanbietern und Streamingdiensten wäre in Deutschland wünschenswert. In Schweden funktioniert dies, dort arbeiten z. B. Spotify und Telia zusammen. Deutschland sollte seine Streaming-Services ausbauen – da diese im Vergleich zu den skandinavischen Ländern noch zu wenig genutzt werden – schneller auf technische Neuerungen reagieren und selbst technische Neuerungen entwickeln. Die Musikbranche muss sich immer den neuesten Entwicklungen anpassen und sich immer wieder neu strukturieren. Aktuell ist die Digitalisierung wichtig. Musik kann selbst vermarktet werden, über kostengünstige und digitale Wege veröf-

fentlich werden. Da die Einnahmen durch die Tonträger sinken, ist es wichtig, dass die Musikbranche sich auf die neuen Möglichkeiten des Vertriebs und Marketings konzentriert, um neue Einnahmequellen zu generieren. Hierbei sollten möglichst auch die ausländischen Märkte beachtet werden. Aber natürlich sollte auch die CD nicht vernachlässigt werden, da die Käufer mit der CD etwas in der Hand halten und es außerdem ein Booklet mit einem Cover dazu gibt. Mit Special-Editionen können Musikhörer zum Kaufen animiert werden. Die Musikbranche sollte die vielfältigen Möglichkeiten des Vertriebs und Bewerbens von Musik nutzen. Die Digitalisierung hat auch zur Folge, dass der Markt recht übersättigt ist, so dass es wichtig ist, dass sich Musiker von der Masse absetzen. Durch eine Vielzahl von Akteuren in der Musikbranche entsteht zwar Konkurrenzdenken, dies kann aber auch die positive Wirkung haben, dass innovative und qualitativ hochwertige Musik entsteht, weil die Musiker sich von den anderen Musikern abgrenzen wollen. Eine breite Masse von Akteuren in der Musikbranche ist wichtig.

Das Zusammenwirken der einzelnen Akteure innerhalb der Musikbranche ist bedeutsam, da der ökonomische Erfolg auch von einer guten Qualität eines Kooperations- bzw. Beziehungsgeflechts zwischen Musikwirtschaft und Musikern als auch zwischen Medien und Musikwirtschaft abhängt. Es werden gut funktionierende Netzwerke benötigt.

Die Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien spielen eine große Rolle für den Musikexporterfolg. Es ist wichtig, dass die vielfältigen Möglichkeiten, die es zur Promotion von Musik gibt, genutzt werden. Deutscher Musik muss ein Image verpasst werden. Hierbei kann ein Musikexportbüro helfen und das kreierte Image kann dann helfen, deutsche Musik im Ausland einfacher zu vermarkten. „[...] Rockmusik ist Kommunikation. Der Hörer will angesprochen und wahrgenommen werden“ (Renner/Wächter 2013, S. 104).

ABBA hat eine große Rolle für den Musikexporterfolg gespielt. Auch heute noch ist ihre Rolle in der Musiklandschaft mit Sicherheit nicht unbedeutend, jedoch übt die Band nicht mehr so einen großen Einfluss auf die heutigen Musiker aus. Hier ist es vor allem wichtig, dass weiterhin viele schwedische Musiker im Ausland erfolgreich sind, damit die nachfolgenden Generationen Vorbilder haben, die sie dazu inspirieren können, Musik zu machen und auch als schwedische Band ihr Glück im Ausland zu versuchen. Auch in Deutschland kann dieses Prinzip funktionieren. Wichtig sind hier vor allem auch die Medien, die durch Berichte über im Ausland erfolgreiche Musiker auf diese auf-

merksam machen können und die Berichte können nachfolgende Musiker beeinflussen.

## 7 Fazit

Jede Nation hat ihre eigene Musikgeschichte und jede Nation hat ihre eigenen musikalischen Besonderheiten und Musikgenres, durch welche sie sich von anderen Ländern unterscheidet. Es zeigt sich, dass es sinnvoll ist, einzelne Nationen zu vergleichen und den Nationenbegriff zu verwenden, da beim Vergleich der Musikgeschichte sowie des deutschen und des schwedischen Musikexportes deutlich wird, dass in beiden Ländern aufgrund der unterschiedlichen Marktgröße und Einwohnerzahl unterschiedliche Voraussetzungen für den Musikexporterfolg gegeben sind. Es kann keineswegs von einem globalisierten Musikmarkt gesprochen werden, in dem keine Unterschiede zwischen den Nationen festzustellen sind. Die Hauptströmungen sind in den Vergleichsländern Deutschland, Schweden und Dänemark die gleichen, sie unterscheiden sich aber durch in anderen Ländern nicht vorhandene Musikstile, wie z. B. die Instrumentalmusik oder den Krautrock, oder durch die unterschiedliche Annahme von Musikgenres, die in anderen Nationen entstanden sind, von den Vergleichsländern. Die Schweden haben die aus anderen Ländern kommenden Genres schneller angenommen als die Deutschen. Durch die eigenen Musikbewegungen und –stile, die Deutschland und Schweden entwickelt haben, konnten sie andere Länder mit ihrer Musik beeinflussen. In Dänemark war die Kreation eigener, innovativer, andere Länder beeinflussender Musikbewegungen und –genres nicht vorhanden. Die Darstellung der Musikgeschichte von den 50er Jahren bis heute hat gezeigt, wie sich die Unterschiede zwischen den Vergleichsländern entwickelt haben und schwedische Musiker sich immer mehr auf den internationalen Markt konzentriert haben, während Deutschland sich eher auf den heimischen Markt konzentriert. Außerdem wird in Deutschland im Gegensatz zu Schweden statt englischsprachiger Musik die deutschsprachige Musik bevorzugt.

Durch die Darstellung der Musikgeschichte konnte gezeigt werden, wann es zu ersten wirklich großen Musikexporterfolgen kam. In Deutschland und in Schweden geschah dies in den 70er Jahren durch ABBA und Kraftwerk, die beide etwas Neues auf dem Weltmusikmarkt boten. Auch vor ABBA gab es schon schwedische Musiker, die kleinere oder größere Erfolge im Ausland aufweisen konnten. Jedoch fehlten den schwedischen Musikern oftmals technische und finanzielle Mittel, um mit den angloamerikanischen Musikern, die den internationalen Musikmarkt beherrschten, mithalten zu können. Die schwedi-



schen Musiker waren oftmals nicht kreativ genug und imitierten viel. Wenn sie eigene Musik machten, die sich von angloamerikanischer Musik unterschied, hatte diese oft eine mangelhafte Tonqualität und es gab kaum Bedarf im Ausland. Die Band ABBA stellte einen massiven Einschnitt und einen Grund für Veränderungen in der schwedischen Musiklandschaft dar. Nun waren qualitativ hochwertige, kreative, eigenständige, sich von angloamerikanischer Musik unterscheidende Songs an der Tagesordnung. ABBA stellt den Anfang des schwedischen Musikexporterfolges dar. Schweden und Deutschland konzentrierten sich in den 70er Jahren international auf unterschiedliche Genres – Schweden auf Pop- und Deutschland auf Rockmusik – und Sprachen – Deutschland auf die deutsche und Schweden auf die englische Sprache. Die unterschiedliche Verwendung der Sprachen in Songs, mit denen die deutschen und schwedischen Musiker im Ausland Erfolg haben, ist bis heute zu erkennen. Natürlich gibt es auch deutsche Musiker, die mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind, jedoch sind schwedische Musiker von Einzelfällen abgesehen mit englischsprachigen und nicht mit in ihrer Heimatsprache gesungenen Songs international erfolgreich.

Es wird in Schweden und in Deutschland heutzutage verstärkt auf den langfristigen Künftleraufbau gesetzt. Dass die deutsche Musikbranche heutzutage kaum noch auf One-Hit-Wonder setzt, ist eine positive Entwicklung. Jedoch scheinen es die schwedischen Musiker besser verstanden zu haben als die deutschen, Musikstile und -bewegungen weiterzuentwickeln und die schwedische Musikbranche setzt schon länger als die deutsche auf einen langfristigen Erfolg der Musiker. Der Vergleich der Musikgeschichte Deutschlands, Schwedens und Dänemarks hat gezeigt, dass der schwedische Musikexport erfolgreicher ist als der dänische und mit dem deutschen Musikexport mithalten kann. Außerdem konnten anhand der Musikgeschichte mehrere Gründe für die unterschiedlichen Musikexporterfolge aufgezeigt werden – wie z. B. der einfachere Zugang der schwedischen Bevölkerung zu ausländischer Musik in den 50er Jahren, weil es in Schweden keine Importbeschränkungen wie in Dänemark gab, so dass es dort frühzeitiger zum Amateurmusizieren kam und Schweden in der Folge die übrigen nordischen Länder beeinflusste. Schweden zeigte schon früh eine stärkere internationale Orientierung als Dänemark und diese internationale Orientierung machte sich bezahlt und es kam in Schweden früher zu Musikexporterfolgen. Auch dass die schwedischen Musiker öfter als die dänischen auf Englisch sangen, trug zu den größeren Exporterfolgen der Schweden bei. Dadurch,

dass der dänische Musikexport seit den 90er Jahren auch recht erfolgreich ist, weil die vorher so dominante dänische Sprache durch das Englische abgelöst wurde und sich die dänischen Musiker verstärkt international orientierten, zeigt sich die Wichtigkeit der Sprachwahl und der internationalen Orientierung für den Musikexporterfolg.

In der vorliegenden Dissertation wurde durch die Darstellung der Musikgeschichte und das anschließende Kapitel zum Musikexportphänomen Schweden ausführlich dargelegt, dass der Musikexporterfolg Schwedens beeindruckend ist. Schwedische Musik hat mittlerweile einen hervorragenden Ruf im Ausland, den die schwedischen Musiker, die Musikbranche und die Regierung sich hart erarbeitet haben. Schwedische Bands haben Selbstvertrauen, arbeiten hart und der Musikexport wird in Schweden positiver bewertet als in Deutschland oder auch in anderen Ländern. Die schwedische Musikbranche ist sehr professionell und dynamisch. Feusi und Küttel kommen zu dem Ergebnis, dass es sich beim schwedischen Modell der indirekten und direkten Musikförderung um ein wahres Erfolgsmodell handelt (vgl. Feusi/Küttel 2011, S. 68). Warum ist der schwedische Musikexport so erfolgreich? Am Ende ist es wahrscheinlich ein außerordentlich gut funktionierendes Zusammenspiel aller Aspekte, die im Folgenden aufgeführt werden, die für den Musikexporterfolg verantwortlich sind.

Die vorliegende Dissertation hat bedeutende Ergebnisse hervorgebracht, die helfen können, den Musikexport zu erhöhen. Es wurde untersucht, welche Faktoren für den Musikexporterfolg eine Rolle spielen und warum Schweden mit Deutschland, welches einen viel größeren Musikmarkt hat, bzgl. des Musikexportes mithalten kann. Festhalten lässt sich, dass viele Faktoren für den Musikexporterfolg eine Rolle spielen, aber nicht jeder Faktor in jedem Land die gleiche Wichtigkeit besitzt. Die gute und breitgefächerte Musikausbildung in Schweden ist sicherlich indirekt mitverantwortlich für den Musikexporterfolg Schwedens, da dadurch bei den schwedischen Kindern und Jugendlichen schon früh das Interesse für Musik geweckt werden kann, Kinder und Jugendliche musikalisch gefördert und zum aktiven Musizieren angeregt werden. Schweden ist ein wohlhabendes Land und kann somit in die Musikausbildung der Kinder und Jugendlichen investieren. Diese Voraussetzungen sind nicht in jedem Land vorhanden. In Deutschland gibt es auch gute Musikausbildungsbedingungen, jedoch sind diese nicht so gut wie in Schweden – in Schweden sind die Gebühren für den Musikunterricht und das Ausleihen von Instrumenten niedriger –

und in Schweden nutzen mehr Kinder und Jugendliche das Angebot der Musik- und Kulturschulen. Außerdem ist die Proberaumsituation in Schweden besser als in Deutschland.

Genauso sind die guten Englischkenntnisse der Schweden für den Musikexporterfolg verantwortlich, da diese fast ausschließlich mit englischsprachigen Texten erfolgreich sind. Wie man am Beispiel Deutschlands sehen kann, müssen die Songtexte nicht zwingend englischsprachig sein, um im Ausland erfolgreich zu sein. Für die deutschen Musiker sind gute Englischkenntnisse also nicht unbedingt erforderlich, da sie auch mit deutschsprachiger Musik im Ausland erfolgreich sein können. Es stellt sich die Frage, warum schwedische Musiker fast ausschließlich mit englischsprachigen Songs im Ausland erfolgreich sind und deutsche Musiker auch mit in der Heimatsprache gesungenen Songs. Die viel größere weltweite Verbreitung der deutschen Sprache, die besseren Englischkenntnisse der schwedischen Bevölkerung, die Eigenschaft des Deutschen über harte Laute zu verfügen, die Wendung gegen die Amerikanisierung, die Identifikation mit der eigenen Nation und die stärkere internationale Orientierung der Schweden können für die unterschiedliche Sprachwahl verantwortlich sein.

Der schwedische Musikexport ist erfolgreich, weil der Musikexport und die populäre Musik in Schweden einen hohen politischen sowie gesellschaftlichen Stellenwert haben. Der hohe politische Stellenwert, den Musik in Schweden hat, zeigt sich u. a. durch die Verleihung des Musikexportpreises durch die Regierung. Für Schweden ist der Musikexport ein wichtiger Image- und Wirtschaftsfaktor und durch die Verleihung eines Musikexportpreises wird der Erfolg der schwedischen Musiker im Ausland wertgeschätzt. In Deutschland gibt es keine Verleihung eines Musikexportpreises und dort wurde das Potential, welches ein erfolgreicher Musikexport hat, noch nicht erkannt: Das Bild einer Nation in der Welt wird positiviert, Jobs können geschaffen werden und man kann einer Nation ein bestimmtes Image verleihen, so wie Schweden durch den Musikexporterfolg als modernes und kreatives Land dargestellt wird. Die Verleihung eines Musikexportpreises ist ein Faktor, der für den Musikexporterfolg eine Rolle spielt. Noch größeren Einfluss auf den Musikexport hat das schwedische Musikexportbüro, welches direkt auf den Musikexport einwirkt und zur Erhöhung des Musikexporterfolges beiträgt. ExMS ist ein modernes Exportbüro, welches effizient arbeitet und neue Strategien entwickelt. Es wird von der Regierung finanziell subventioniert und weiterentwickelt. Die Aufgaben, die

ExMS hat, fördern direkt den Musikexport. In Deutschland hat die Regierung nur eine Anschubfinanzierung für German Sounds geleistet und sich danach aus der Verantwortung gezogen, so dass das Musikexportbüro geschlossen werden musste. Es wird in Deutschland zurzeit nicht mehr über die erneute Einführung eines Musikexportbüros diskutiert. In Deutschland werden der deutsche Musikexport und auch die Musiker der Populärmusik deutlich weniger stark durch den Staat gefördert als in Schweden. Auch in der Nachwuchsförderung sind in Deutschland Defizite zu erkennen. In Schweden hat der schwedische Staat schon früh erkannt, dass es wichtig ist, die Musikindustrie zu unterstützen. Auch bei der indirekten Förderung ist dies zu erkennen – ein Beispiel ist die jugendorientierte Sozialpolitik, die zu einer indirekten Schaffung von Auftritts- und Probemöglichkeiten führt.

Außerdem ist das Trendbewusstsein und Fortschrittsdenken innerhalb der neuen Technologien ein Faktor, der für den Musikexporterfolg eine Rolle spielt. In Schweden werden neue Trends – also auch musikalische, die den weltweiten Musikgeschmack prägen – schnell umgesetzt und die Schweden sind neugierig und entdecken neue Trends schnell. Außerdem schaffen sie auch neue Trends. Diese Eigenschaften treffen auf Deutschland nicht zu. Im Bereich der neuen Technologien – also z. B. auch im Bereich der Musiktechnologie – liegt Deutschland hinter Schweden zurück und hat sich nicht so gut wie Schweden auf die zunehmende Digitalisierung und Web 2.0 eingestellt und keine fundamentalen technischen Neuerungen im Musikbereich entwickelt, wie Schweden dies z. B. mit der Streamingsoftware Spotify getan hat. Schweden hat auf die Digitalisierung und die neuen Möglichkeiten, die das Internet bietet, angemessen und schnell reagiert, Deutschland gelang dies nicht.

Deutschland und Schweden besitzen eine ähnliche Strukturierung der Musikindustrie und alle Glieder, die man für einen schlagkräftigen Musikexport braucht, sind vorhanden. In Schweden gibt es eine breite Basis an Akteuren und vor allem an Musikern, die dazu führt, dass es einen großen Wettbewerb unter den Musikern gibt, der zu einer hohen Qualität und Kreativität führt, da die Musiker sich, um erfolgreich zu sein, von anderen Musikern absetzen müssen. Ein entscheidender Faktor für einen erfolgreichen Musikexport ist die Vernetzung der Musikbranche, die die Stärke der schwedischen Musikbranche ist. Gut ausgebildete Netzwerke und eine gute Infrastruktur sind wichtig. Die Zusammenarbeit zwischen einzelnen Musikern ist in Deutschland und Schweden stark ausgeprägt und üblich, jedoch fehlen in Deutschland Kooperationen zwischen

weiteren Gliedern der Musikbranche und das Kollektivbewusstsein ist hier nicht so stark ausgeprägt wie in Schweden.

Bedeutend für einen erfolgreichen Musikexport ist die Kreation eines Images. Während einzelne Bands und Musiker in Deutschland und Schweden ein bestimmtes Image besitzen, gibt es nur in Schweden ein allgemeines Image, welches man schwedischer Populärmusik zuordnet. Diese gilt als sehr melodisch und melancholisch und steht für eine gute Qualität. Diese Merkmale schwedischer Musik werden im Ausland – meist unbewusst – wahrgenommen und führen dazu, dass sich schwedische Musik von der Musik anderer Nationen unterscheidet. Auch die empirische Untersuchung bestätigte, dass schwedische Musik als melodisch und melancholisch gilt und einen hohen Standard und eine gute Qualität besitzt. Allerdings bestand hier Uneinigkeit darüber, ob diese Merkmale für den Musikexporterfolg verantwortlich sind und ob es überhaupt etwas Charakteristisches an schwedischer Musik gebe. Eine hohe Qualität hat schwedische Musik auf jeden Fall in den meisten Fällen und dies ist auch einer der Gründe, warum sie im Ausland erfolgreich ist. Auch kann zugestimmt werden, dass schwedische Musik in vielen Fällen melancholisch und/oder melodisch ist und einen eigenen Sound besitzt, so dass sich schwedische Musik von der Musik anderer Länder unterscheidet. Dies ist sicherlich ein Faktor, der sich positiv auf den Musikexport auswirkt. Das Schweden-Image wird von schwedischen Marketingagenturen und Musikverlagen dazu verwendet, schwedische Musik zu vermarkten, die schwedische Musikbranche profitiert also vom positiv besetzten Schweden-Image und trägt aber gleichzeitig dazu bei, das Schweden-Image im Ausland zu kreieren. In Schweden wird der Musikexporterfolg zum Nation branding verwendet und die schwedischen Musiker sind Teil des Marketings Schwedens, mit dem Schweden als Marke gestärkt werden soll. In Deutschland werden die Attribute, die der *Germanness* zugeordnet werden, nicht zum Bewerben von Musik verwendet. Eine gute Qualität der Songs ist mit Sicherheit in Deutschland und in Schweden eine Bedingung dafür, dass die Songs im Ausland erfolgreich werden, ebenso wie ein eigenes Image. Denn mit qualitativ hochwertigen Songs sowie einem eigenen Image hat man mit Sicherheit Chancen, im Ausland auf eine breite Rezeptionsbasis zu treffen und dann auch Erfolge im Ausland zu feiern.

Auch Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien spielen für den Musikexporterfolg eine große Rolle, da Musik verbreitet und vermarktet werden muss, wenn sie erfolgreich sein soll. Schwedische Musiker und die schwedische Mu-

sikbranche haben dies erkannt und verwenden oft das Schweden-Image, um schwedische Musik erfolgreich zu vermarkten. Der angemessene Umgang mit den sozialen Medien ist sicherlich auch wichtig für den Erfolg des Musikexportes, denn damit kann man Musiker vermarkten und Musik verbreiten. Die schwedischen Bands sind in den meisten Fällen sehr professionell, fallen nicht durch Skandale auf und schwedische Musiker haben das Image der perfekten Schweden und können eine Vorbildfunktion einnehmen. Dieses Image kann sehr gut zur Vermarktung von schwedischen Musikern verwendet werden.

ABBA ist sicherlich hauptverantwortlich für den schwedischen Musikexporterfolg. Die Band und ihr enormer internationaler Erfolg dienten als Ansporn für andere schwedische Musiker zu versuchen, im Ausland erfolgreich zu werden. Durch ABBA entstand das Bewusstsein dafür, dass schwedische Musik im Ausland erfolgreich werden kann und ohne ABBA wäre der schwedische Musikexport mit Sicherheit nicht so erfolgreich geworden. Erfolg steckt an und der Erfolg ABBA hat den Effekt, dass man im Ausland schwedischen Musikern gegenüber erstmal eine positive Haltung einnimmt. Dänemark fehlt z. B. ein solch bedeutender Musikexporteur wie ABBA und die dänischen Musiker reichen nicht an den Exporterfolg Schwedens heran. Den ABBA-Effekt gibt es in der Form nicht in Deutschland und Dänemark. Dort gab es keine Musiker, die in der Form, wie ABBA es tat, andere Musiker beeinflusst haben.

Die geringe Größe des Heimatmarktes Schwedens wirkt sich insofern auf den Musikexport aus, als dass schwedische Musiker oftmals gezwungen sind, auch im Ausland Konzerte zu geben, damit sie von ihrer Musik leben können, weil es aufgrund des kleinen Heimatmarktes nur begrenzte Möglichkeiten gibt, zu touren. Deutsche Musiker sind nicht auf Auslandserfolge angewiesen, um von ihrer Musik leben zu können. Schweden hat bezüglich des kleinen Heimatmarktes Vorteile, wenn es um das Zusammenwirken der Branche geht, da es in einem bevölkerungsärmeren Land einfacher ist, Kontakte innerhalb der Musikbranche und zwischen den Musikern herzustellen. In Deutschland ist das Zusammenwirken der Branchen logistisch schwieriger. Der deutsche Musikexport ist nur so groß, weil Deutschland einen der größten Musikmärkte der Welt besitzt. In den Musikexport selbst wird in Deutschland nicht viel investiert und die Vorteile eines großen Musikmarktes – wie z. B. eine große Anzahl an Akteuren in der Musikbranche – werden nicht genutzt. Einfluss auf den Musikexporterfolg hat auch das gemeinsame Musizieren in Familien, welches in Schweden verbreiteter ist als in Deutschland und außerdem gibt es in Schwe-



den eine längere Musiktradition als in Deutschland. Die Bedingungen für einen erfolgreichen Musikexport sind in Schweden besser als in Deutschland, bei allen dargestellten Faktoren ist ein Vorteil für Schweden erkennbar. Die schwedischen Musiker treffen im Ausland auf eine Rezeptionsbasis und ihre Lieder können dort wirken, da sie die internationale Erwartungshaltung bedienen und außerdem bestimmen sie den Musikgeschmack auch und bedienen ihn nicht nur.

Die durch die empirische Untersuchung erzielten Ergebnisse stimmen in den meisten Punkten mit den Schlussfolgerungen, die in Kapitel 4 getroffen wurden, überein. Die Befragung der Musiker und Musikindustrievertreter bestätigte, dass die Neugierde der Schweden, die Musikausbildung, die vorteilhafte Proberaumsituation, die starke Konkurrenz und der große Wettbewerb unter den Musikern, die zu einer hohen Kreativität der Musiker und einer hohen musikalischen Qualität führt, eine gute Infrastruktur, die schnelle Anpassung an Trends und das Trendbewusstsein – neue und interessante Musik stammt häufig aus Schweden – staatliche Subventionen und ExMS, ABBA – denn Erfolg fördert Erfolg – die sozialen Medien, Netzwerke, die musikalische Tradition, der kleine Heimatmarkt und das Vorhandensein einer breiten Basis, die dadurch entstanden ist, dass viele Kinder und Jugendliche musizieren, für den Musikexporterfolg verantwortlich sind. Erfolgsfaktoren sind außerdem gutes Songwriting, gute Performances, Ideenreichtum, das Kreieren neuer Sounds, die Einzigartigkeit der Musik, neuartige Stil- und Genremischungen, energetische Live-Shows und Tourneen. Diese Faktoren werden von den Musikern als charakteristisch für schwedische Musiker und Musik genannt. Das bloße Nachahmen von angloamerikanischer Musik führt nicht zu Erfolgen. Auch Faktoren wie Talent, ein unverkrampfter Umgang mit Musik, eine gute Arbeitsmoral und Emotionen weckende Musik spielen sicherlich eine Rolle für den Musikexporterfolg, sind aber nicht wirklich beeinflussbar. Somit ist nicht ein einzelner Faktor für den Musikexporterfolg verantwortlich, sondern das Zusammenspiel der Faktoren macht den Erfolg aus. Es gibt kein Pauschalrezept für den Musikexporterfolg. In Deutschland spielen z. B. manche Faktoren eine nicht so große Rolle wie in Schweden und es sind nicht alle Faktoren beeinflussbar. Es darf nicht außer Acht gelassen werden, dass immer auch der Zufall und das Glück eine Rolle dabei spielen, ob es zum Erfolg von Musikern im Ausland kommt und diese Faktoren sind nicht fassbar. Alle Faktoren, die für einen erfolgreichen Musikexport verantwortlich sind, werden in Schweden gut umgesetzt und

harmonieren miteinander. Welchen Einfluss jeder einzelne Faktor hat, ist schwer zu bestimmen. Es gibt einen Interpretationsspielraum für den Ursache-Wirkungszusammenhang der einzelnen Faktoren. Es kann aber festgestellt werden, dass bestimmte Faktoren eine bedeutendere Rolle spielen als andere. Entscheidende Faktoren für einen erfolgreichen Musikexport in Schweden sind auf jeden Fall die gute Arbeit des Musikexportbüros, der ABBA-Effekt und die allgemein internationale Orientierung, die u. a. durch einen kleinen Heimatmarkt begründet ist. Qualitativ hochwertige Songs, Kreativität und Innovation der Musiker und der Musikbranche sind außerdem hervorzuheben. Die einzelnen Faktoren bieten Aufschluss über mögliche Lösungsansätze, der Frage nach dem „Warum“ des großen Erfolgs schwedischer Musik im Ausland.

Auch wenn in der vorliegenden Dissertation die einzelnen Faktoren, die für einen Musikexporterfolg verantwortlich gemacht werden, nicht explizit für Dänemark untersucht wurden, so konnte durch den Vergleich der dänischen und schwedischen Musikgeschichte herausgestellt werden, dass das Singen auf Englisch, eine internationale Orientierung, eine Loslösung von angloamerikanischen Vorbildern, das Vorhandensein von aus dem eigenen Land kommenden Musikexporteuren, deren Exporterfolge die nachfolgenden Musiker motivieren und die Entwicklung eines eigenen Sounds und Images nicht nur wichtige Erfolgsfaktoren für Schweden, sondern auch für Dänemark sind. Eine weiter reichende Untersuchung für Dänemark und auch Norwegen wäre wünschenswert, um die Frage ausführlicher beantworten zu können, warum Schweden ein erfolgreicherer Musikexporteur als Dänemark und Norwegen ist, und Handlungsempfehlungen für Dänemark und Norwegen geben zu können, wie diese ihren Musikexport vergrößern können.

Es gibt – trotz ein paar nicht fassbaren Faktoren wie Glück und Zufall – viele Möglichkeiten, auf den Musikexporterfolg einzuwirken und ihn zu vergrößern. In der vorliegenden Dissertation wurden mehrere beeinflussbare Faktoren, die den Musikexport erhöhen können, herausgefiltert. Erfolg lässt sich also beeinflussen und herbeiführen. Zunächst werden Handlungsempfehlungen für Deutschland gegeben. Der deutsche Staat hat bei der Förderung von Musikschulen Nachholbedarf, da die Musikschulen in Deutschland im europäischen Vergleich nicht so stark finanziell gefördert werden. Der deutsche Staat sollte die Musikausbildung stärker fördern, vor allem im Pop- und Rockbereich. Es ist wichtig, musikalisch gut ausgebildete Nachwuchsmusiker zu haben, damit weiterhin national und international erfolgreiche Bands entstehen können. Man

kann durch eine stärkere Förderung der Musikschulen und der Musikausbildung Jugendlicher dafür sorgen, dass das Interesse an Musik geweckt und gestärkt wird und die Jugendlichen dazu animiert werden, Musik zu machen, so dass eine breite Basis an Musikern entsteht. Außerdem ist Musik wichtig für die Jugend, also ist es auch wichtig, Musik zu fördern, da man so die Jugendlichen und die Entwicklung der einzelnen Individuen fördert. Musik steht für viele Jugendliche im Mittelpunkt ihres Alltages und ist ein Bestandteil der Kommunikation Jugendlicher. Sie drückt die Zugehörigkeit zu einer der vielen Jugendkulturen aus und auf der Basis gemeinsamer musikalischer Interessen können Freundschaften entstehen. Durch ihren Musikgeschmack können sich die Jugendlichen eine eigene Identität schaffen und mithilfe von Musik können Gefühle erlebt und beherrscht werden. Für die Jugendkultur Schwedens und Deutschlands hat Musik, vor allem populäre Musik, eine sehr große Bedeutung und spielt eine entscheidende Rolle im Leben der Jugendlichen und hat unterschiedliche Funktionen. Es ist wichtig, dass Musik in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert behält, die musikalischen Talente der Jugendlichen gefördert werden und den Jugendlichen die Möglichkeit gegeben wird, die Musikinstrumente spielen zu lernen, die sie lernen möchten, und ihnen Auftritt- und Probemöglichkeiten zu geben. Die Musikausbildung der Jugendlichen sollte um der Jugendlichen willen gefördert werden und indirekt wird dadurch auch der Musikexport gestärkt, da das musikalische Niveau durch eine gute Musikausbildung steigt und man sich keine Sorgen um gut ausgebildeten musikalischen Nachwuchs machen muss. Es sollte in Deutschland die Pop- und Rockmusik genauso stark gefördert werden wie die klassische Musik, da die Genres Pop- und Rockmusik von Jugendlichen favorisiert werden. Außerdem sollte natürlich auch ein ausreichendes Weiterbildungsangebot im Musikbereich für Erwachsene vorhanden sein.

In Deutschland sollten Kinofilme und Fernsehsendungen untertitelt werden. Dies hat zwar keine direkten Auswirkungen auf den Musikexport, jedoch können so die Englischkenntnisse der deutschen Bevölkerung verbessert werden und die englische Sprache wird ihr so näher gebracht und wird ein Bestandteil ihres Alltags. Deutschen Musikern soll aber keineswegs davon abgeraten werden, auf Deutsch zu singen und zu versuchen, mit deutschsprachigen Texten im Ausland erfolgreich zu werden, da sie sich dadurch von anderen Nationen abheben, die sich auf englischsprachige Songs konzentrieren. Die Rezeptionsbasis für deutschsprachige Songs ist im Ausland durchaus vorhanden. Aber deutsche

Musiker sollten sich auch Gedanken darüber machen, ob es nicht sinnvoll ist, deutschsprachige Songs auch auf Englisch zu veröffentlichen oder nur auf Englisch zu singen, da es einen größeren Markt für englischsprachige als für deutschsprachige Musik gibt. So können neue Märkte erschlossen werden. Deswegen sind gute Englischkenntnisse von Vorteil.

Die Einrichtung eines Musikexportbüros ist für Deutschland auf jeden Fall zu empfehlen. Dies ist die wichtigste und den Musikexport am meisten beeinflussende Handlungsempfehlung. Ein Musikexportbüro trägt zur Stärkung und Erhöhung des Musikexportes bei, es unterstützt die Musikindustrie darin, deutsche Musiker im Ausland erfolgreich zu machen. Da ein gut ausgebildetes Netzwerk für den Musikexporterfolg wichtig ist, ist die Einrichtung eines Musikexportbüros zu empfehlen, da dieses Netzwerke errichten und die Kommunikation zwischen den einzelnen Gliedern der Musikbranche verbessern kann. Auch eine gut geplante und koordinierte Kommunikation zwischen der Regierung und der Musikbranche ist wichtig. Außerdem kann ein Musikexportbüro dazu beitragen, dass in den Medien und in der Öffentlichkeit über den Musikexport berichtet wird, da ein Musikexportbüro nach Möglichkeit Events, Messen, Showcases und Festivals im Ausland organisieren sollte, um auf deutsche Musik aufmerksam zu machen. Ausländische Journalisten sollten nach Deutschland eingeladen werden, damit diese in ihrem Heimatland über deutsche Musik berichten, so dass das deutsche Image im Ausland positiv beeinflusst wird. Ein Musikexportbüro kann dabei unterstützend wirken, deutsche Musik im Ausland zu verbreiten und damit die Umsätze der deutschen Musikindustrie zu stärken. Wichtig ist auch die Durchführung von Studien und Befragungen, damit von der Regierung und Musikbranche zur Verfügung gestellte Ressourcen effizient eingesetzt werden können und evaluiert werden kann, welche Märkte sich als Exportmärkte eignen. Wenn ein Label einen Musiker oder dessen CDs in ein anderes Land exportieren will, muss auch immer erst der ausländische Musikmarkt eingeschätzt werden. Lohnt sich der Export in dieses Land? Ist für ein bestimmtes Musikgenre ein Markt vorhanden, wie groß ist dieser Markt und ist dieser überhaupt offen für ausländische Künstler und ausländisches Repertoire? Wird in dem Land genügend Geld für Musik ausgegeben? (vgl. Scholz 2007, S. 24). In Pakistan und Indien wurden z. B. 2004 nur 10 US-Cent pro Person im Jahr für Musik ausgegeben (vgl. Scholz 2007, S. 19). Es muss also zuerst herausgefunden werden, welches Land als Exportland in Frage kommt. Ein funktionierendes Urheberrecht ist z. B. ein wichtiges

Auswahlkriterium für ein geeignetes Exportland, da ansonsten die Einnahmen nicht an die Urheber ausgezahlt werden können. Diese Studien könnten durch ein Musikexportbüro durchgeführt werden und dieses könnte auch Konzepte erstellen, wie man den deutschen Musikexport gezielt fördern kann. Die Verleihung eines Musikexportpreises sollte in Deutschland nach schwedischem Vorbild eingeführt werden, damit deutschen Musikern gezeigt wird, dass ein Erfolg im Ausland möglich ist. Dieser dient somit als Ansporn für deutsche Musiker, im Ausland erfolgreich zu werden und die Regierung, die diesen Preis ins Leben rufen und verleihen sollte, zeigt dadurch ihre Wertschätzung der deutschen Populärmusik. Insgesamt sollte der deutsche Staat viel mehr in den Musikexport investieren. Kultur, also auch Populärmusik, ist ein öffentliches Gut, welches vom Staat gefördert werden muss.

Außerdem ist in Deutschland eine Zusammenarbeit mit anderen Ländern wünschenswert. Anbieten würden sich die deutschsprachigen Länder Österreich und die Schweiz. Am Beispiel von NOMEX kann man erkennen, dass sich eine Zusammenarbeit mehrerer Nationen positiv auf den Musikexport auswirken kann. Die verschiedenen Projekte von NOMEX zeigen, dass es sich hierbei um eine kreative, innovative Zusammenarbeit zwischen den nordischen Musikexportbüros handelt. Auch die Zusammenarbeit der Musikbranche mit anderen Branchen, wie Telefon- und Internetanbietern oder Streamingdiensten, ist zu empfehlen, damit z. B. Streaming-Services ausgebaut werden können und schneller auf technische Neuerungen reagiert werden kann. Am besten wäre es natürlich, wenn die Musikbranche mit Hilfe von anderen Branchen selbst technische Neuerungen entwickelt. Es ist in Deutschland eine viel stärkere Konzentration auf das Internet und die Digitalisierung notwendig, denn nur so können neue Einnahmequellen generiert werden. Da der deutsche Markt noch sehr physisch orientiert ist, sollte man auch versuchen, Marketingkonzepte zu entwickeln, die zum Kauf einer CD animieren. Generell sollte sich die deutsche Musikindustrie stärker auf den ausländischen Markt konzentrieren und versuchen, Musiker dort erfolgreich zu machen, da dies ein positives Licht auf Deutschland werfen kann und dann möglicherweise auch andere Branchen und die Politik davon profitieren. Deutscher Musik sollte ein eigenes Image verpasst werden, welches der Musikbranche helfen kann, deutsche Musik im Ausland leichter zu vermarkten. Deutsche Musiker sind in der Lage, zu erfolgreichen Musikexporteuren zu werden – siehe z. B. Rammstein oder Tokio Hotel. Wird es Deutschland in den nächsten Jahren gelingen, weitere Musiker und



Bands im Ausland erfolgreich zu machen? Daran besteht kein Zweifel, jedoch werden die Chancen deutlich erhöht, wenn die deutsche Musikbranche und die deutschen Musiker kreativ und mutig sind und die hier erarbeiteten Handlungsempfehlungen umsetzen. Dann wird es nicht nur zu einzelnen Erfolgen deutscher Musiker im Ausland kommen, sondern zu Erfolgen sehr vieler deutscher Musiker, wie dies in Schweden der Fall ist, wo es sehr viele Musiker gibt, die im Ausland Erfolge feiern.

Die für Deutschland erarbeiteten Handlungsempfehlungen orientieren sich alle an Schweden, da dort fast alle für Deutschland gegebenen Empfehlungen umgesetzt werden. In Schweden sollte die hohe Qualität der Musikausbildung und die hohe finanzielle Förderung der Musikschulen durch den Staat beibehalten werden. Das schwedische Musikexportbüro sollte seine Arbeit fortsetzen und den schwedischen Musikern noch deutlicher machen, wie sie unterstützt werden können und welche Aufgaben das Musikexportbüro besitzt. Insgesamt leistet das schwedische Musikexportbüro hervorragende Arbeit und dient zu Recht als Vorbild für die Musikexportbüros mehrerer anderer Nationen. Auch die Zusammenarbeit zwischen den nordischen Musikexportbüros sollte weitergeführt werden, da dies den nordischen Markt insgesamt stärkt und sich auch positiv auf die Märkte und Musikexporte der einzelnen Staaten auswirkt. In Schweden sollte ein Koordinator für kreative Gewerbszweige, den Musikexport und die Internationalisierung eingesetzt werden, damit die Einsätze der Regierung für den Musikexport effektiviert werden können und die Arbeit zwischen verschiedenen Institutionen koordiniert werden kann. Natürlich wäre auch eine Erhöhung des Budgets der Regierung für den Musikexport wünschenswert. Schwedische Musiker sollten sich weiterhin auf die englische Sprache konzentrieren, wenn sie Erfolge im Ausland anstreben, da dies im Moment Erfolg versprechender ist. Es gab schon lange keine „Mega-Bands“ – wie ABBA, Roxette oder Ace of Base – mehr in Schweden, so dass sich andere Länder – wie z. B. Dänemark – immer mehr dem schwedischen Erfolg annähern. Schweden ist zwar immer noch erfolgreicher als die Länder mit einem etwa gleich großen Musikmarkt, jedoch würde eine Band, die an die Erfolge von ABBA oder Roxette heranreicht, der schwedischen Musikbranche sehr nützlich sein und dafür sorgen, dass die Ausnahmestellung des schwedischen Musikexportes erhalten bleibt, denn der ABBA-Effekt hält nicht ewig vor. Die umfangreiche Berichterstattung über den schwedischen Musikexporterfolg in Schweden selbst und auch im Ausland hat dazu geführt, dass schwedische Musiker im In- und Aus-



land einen guten Ruf besitzen. Das positive Bild, welches in der Bevölkerung und den Medien vorherrschend ist, ist nahezu unerschütterlich. Es sollte also unbedingt weiterhin auf eine umfangreiche Berichterstattung über den schwedischen Musikexport in Schweden und im Ausland geachtet werden. Dadurch, dass sich Schweden seit den 90er Jahren einen Namen als Musikexporteur gemacht hat und noch heute zu den erfolgreichsten Musikexporteuren der Welt zählt, ist die Herkunft aus Schweden ein Qualitätssiegel innerhalb der Musikbranche geworden und schwedische Musik wird oft als qualitativ hochwertig wahrgenommen. Das Schwedenbild im Ausland kann durch den Musikexport positiv beeinflusst werden und Menschen können angeregt werden, Schweden zu besuchen und Geschäfte mit Schweden zu machen. Die schwedische Musikbranche ist sehr ambitioniert und dies sollte beibehalten werden: Jesper Thorsson, Geschäftsführer von ExMS, formuliert folgendes Ziel: „Men så klart ska vi bli ännu bättre och fler ska lyckas med export“ (Olson 2012a). Wenn die Musikbranche und die Regierung weiterhin so ambitioniert sind, den Musikexport zu vergrößern – die Handelsministerin hat z. B. das Ziel angegeben, den schwedischen Musikexport bis 2015 zu verdoppeln – dann wird der Schwedenboom noch lange anhalten.

Für alle Länder, die ihren Musikexport vergrößern wollen, ist es wichtig, dass es eine breite Masse an Akteuren in der Musikbranche gibt, weil durch eine Vielzahl von Akteuren in der Musikbranche Konkurrenzdenken entsteht, das innovative und qualitativ hochwertige Musik entstehen lässt, weil Musiker sich von anderen Musikern abgrenzen wollen und sich somit von der Masse absetzen. Das heißt aber nicht, dass die Musiker und einzelnen Akteure der Musikbranche nicht zusammenarbeiten sollten. Durch eine Zusammenarbeit können kreative, neue Ideen und Projekte entstehen und außerdem entstehen neue Netzwerke, die in der Musikbranche sehr wichtig sind. Jedes Land, welches seinen Musikexport vergrößern will, sollte also Konzepte erstellen, die sich damit beschäftigen, wie man dafür sorgen kann, dass es möglichst viele Akteure in der Musikbranche gibt und wie man diese am besten vernetzen kann. Hier gibt es von der Musikschulförderung bis hin zur Einrichtung bzw. stärkeren Unterstützung eines Musikexportbüros viele Möglichkeiten. Die Ausarbeitung von Verbreitungs- und Vermarktungsstrategien stellt auch einen wichtigen Faktor dar, wie man den Musikexport erhöhen kann. Medien sollten über im Ausland erfolgreiche Musiker berichten. Diese Berichte können dazu beitragen, dass Musiker dazu angespornt werden, im Ausland erfolgreich werden zu wol-

len. Die Musikbranchen in den einzelnen Ländern sollten, um Musik und Musiker im Ausland erfolgreich zu machen, natürlich umfangreiche Marketing- und Promotionaktivitäten durchführen. Dabei sollte dem Internet als einem der heutzutage wichtigsten Marketing- und Promotioninstrumente besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Gerade die sozialen Medien sollten intensiv für Marketing- und Promotionaktivitäten eingesetzt werden. Eine internationale Orientierung der Musiker und der Musikbranche ist notwendig, um den Musikexport zu erhöhen. Musiker und/oder ihre Musik müssen für einen langfristigen Erfolg wiedererkennbar sein, sie müssen sich von der Masse abheben – die Musik darf nicht in der Masse bereits bestehender Musik untergehen – und man muss die Musiker als Marke vermarkten. Erfolge, die nicht von Dauer sind, lassen sich leicht erzielen, wie man an den verschiedenen Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* erkennen kann. Die Musiker werden aber auf Dauer als langweilig und konventionell empfunden, das Gebotene ist unspezifisch (vgl. Renner/Wächter 2013, S. 49). „Interessant ist, wer eigen ist“ (Renner/Wächter 2013, S. 46). Die Musikbranche steht also vor der Aufgabe, die Eigenheiten der Musiker und Bands – wie z. B. markante Kleidungs- und Tanzstile wie bei Kiss oder Michael Jackson – herauszustellen, eine Marke zu kreieren und die Musiker und ihre Songs müssen sich durch ein besonderes Merkmal von anderen absetzen. Nur so ist langfristiger Erfolg möglich. Hier lässt sich auch wieder die Wichtigkeit des Zusammenwirkens der einzelnen Glieder der Musikbranche erkennen, welche Vermarktungsstrategien ausarbeiten müssen. Durch eine Zusammenarbeit werden die Chancen erhöht, Musiker im Ausland erfolgreich zu machen.

Die vorliegende Dissertation hat also herausgestellt, wie es zum Erfolg des schwedischen Musikexportes kam, wie er sich von anderen Ländern unterscheidet, warum er so erfolgreich ist und wie Schweden, Deutschland und andere Länder einen erfolgreichen Musikexport erreichen bzw. beibehalten können.

„Alles endet, aber nie die Musik“

Casper *Alles endet (aber nie die Musik)* (2013)



## 8 Literaturverzeichnis

- Adorno, Theodor W.: „Résumé über Kulturindustrie“. In: Ohne Leitbild. Parva Aesthetica. Hrsg. von Theodor W. Adorno. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1979. S. 60-70.
- Alban Official: Biographie. 2013. <http://www.dralban.net/biography> [02.03.2014].
- Ammon, Ulrich: Die internationale Stellung der deutschen Sprache. Berlin, New York: Walter de Gruyter 1991a.
- Ammon, Ulrich: „Die Plurizentrität der deutschen Sprache“. In: Deutsch – Eine Sprache? Wie viele Kulturen? Vorträge des Symposions abgehalten am 12. und 13. November 1990 an der Universität Kopenhagen. Hrsg. von Bjørn Ekmann u. a. Kopenhagen: Wilhelm Fink 1991b. S. 14-34. (= Text & Kontext Sonderreihe, Band 30).
- Anders, Thomas mit Tanja May: Thomas Anders. 100 Prozent Anders. Mein Leben – und die Wahrheit über Modern Talking, Nora und Dieter Bohlen. Höfen: Koch 2011.
- Anderson, Chris: The Long Tail. Der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft. Aus dem Amerikanischen von Michael Byaer und Heike Schlatterer. München: Carl Hanser 2007.
- Andersson, Greger (Hrsg.): Musikgeschichte Nordeuropas. Dänemark. Finnland. Island. Norwegen. Schweden. Stuttgart, Weimar: Metzler 2001.
- Baacke, Dieter: Beat – die sprachlose Opposition. 3. Auflage. München: Juventa 1972.
- Baacke, Dieter: „Die Welt der Musik und die Jugend. Eine Einleitung“. In: Handbuch Jugend und Musik. Hrsg. von Dieter Baacke. Opladen: Leske + Budrich 1998, S. 9-26.
- Behrens, Henning: Ace of Base. Wien: Zsolnay 1994.
- Bergman, Petra: Robyn får regeringens Musikexportpris. 03.02.2011. <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4329847> [15.02.2014].
- Billboard: Avicii. <http://www.billboard.com/artist/280336/Avicii/chart?f=379> [03.03.2014].
- Billboard: Cascada. <http://www.billboard.com/artist/298770/cascada/chart> [15.02.2014].
- Bille, Torben u. a.: Dansk Rockleksikon. 1956 – 2002. Kopenhagen: Politikens

2002.

- Bisla, Sat: „An Interview with Jesper Thorsson. CEO, Export Music Sweden”.  
In: One movement for music magazine. Volume 9. 25.09.2013. S. 21-25.  
[http://www.onemovementfm.com/magazine/Vol9\\_092513/magazine/Vol9\\_092513.html](http://www.onemovementfm.com/magazine/Vol9_092513/magazine/Vol9_092513.html) [15.02.2014].
- Björnberg, Alf: En liten sång som alla andra. Melodifestivalen 1959-1983.  
Göteborg: Göteborg University, Department of Musicology 1987.
- Björnberg, Alf: „Unterhaltungsmusik“. In: Musikleben in Schweden. Hrsg. von  
Lena Roth. Stockholm: Das schwedische Institut 1989, S. 142-165.
- Bjurman, Per: „Det svenska musikundret är en bluff“. In: Aftonbladet.  
22.02.1999. <http://www.aftonbladet.se/noje/kronikor/pop/pop990222.html>  
[15.02.2014].
- Block, Amke: Musikexportförderung. Eine Analyse der Musikexportförderung  
in Europa und Übersee sowie eine Bestandsaufnahme der Musikwirt-  
schaftsfördersituation in Deutschland als Grundlage für ein Grobkonzept  
eines deutschen Musikexportbüros und seiner europäischen Perspektiven.  
Hamburg: 2002.  
<http://www.b10ck.de/downloads/musikexportfoerderung.pdf> [15.02.2014].
- Bloemeke, Rüdiger: Roll over Beethoven. Wie der Rock'n'Roll nach  
Deutschland kam. St. Andrä-Wördern: Hannibal 1996.
- Bloemeke, Rüdiger: Der Anfang vom Untergang des Abendlandes. Wie die  
Rockmusik nach Deutschland kam. Löhrbach: Hannibal 1996/1998.
- Bloomfield, Leonard: Language. New York: Holt 1933.
- Bohlen, Dieter: Komponistenportrait Dieter Bohlen. Mit Fotos und  
Biographien von Modern Talking, C. C. Catch und Chris Norman. Berlin:  
Hansa 1989.
- Bollert, Christian: Warum kommen so viele gute Bands aus Schweden.  
Interview mit Ruth Jacoby vom 06.04.2010.  
<http://detektor.fm/politik/warum-kommen-so-viele-gute-bands-aus-schweden/> [15.02.2014].
- Bomsdorf, Clemens: „Nord-Schlager. Das schwedische Musikexportbüro“. In:  
Neue Musikzeitung (NMZ). 53. Jahrgang. April 2004a.  
<http://www.nmz.de/artikel/nord-schlager> [14.02.2014].
- Bomsdorf, Clemens: „Weltsprache Musik. Thank you for the Music“. In:  
Kulturaustausch – Zeitschrift für internationale Perspektiven. Hrsg. vom  
Institut für Auslandsbeziehungen e. V. und dem ConBrio Verlag. Februar

- 2004b. <http://cms.ifa.de/index.php?id=433&type=0&L=0%202/2004> [15.02.2014].
- Brautlecht, Nicholas: „Junge Israelis lernen Deutsch. Der Tokio-Hotel-Effekt“. In: Spiegelonline. 19.03.2008. <http://www.spiegel.de/schulspiegel/ausland/junge-israelis-lernen-deutsch-der-tokio-hotel-effekt-a-542212.html> [15.02.2014].
- Breidenbach, Joana: Deutsche und Dingwelt. Die Kommodifizierung nationaler Eigenschaften und die Nationalisierung deutscher Kultur. Münster, Hamburg: Lit 1994. (Interethnische Beziehungen und Kulturwandel 22).
- Bridgewater, Paul: Iconic Pop: The Ten Singers and Bands Leading the Female-Fronted Nordic Music Revolution. 30.06.2013. <http://www.thelineofbestfit.com/features/lists/iconic-pop-the-ten-singers-and-bands-leading-the-female-fronted-nordic-music-revolution-129096> [15.02.2014].
- Brockhaus: Musik. Personen, Epochen, Sachbegriffe. 2., völlig neu bearbeitete Auflage. Hrsg. von der Lexikonredaktion des Verlags F.A. Brockhaus, Mannheim. Mannheim, Leipzig: F.A. Brockhaus 2001.
- Brolinson, Per-Erik und Holger Larsen: När rocken slog i Sverige. Svensk Rockhistoria 1955-1965. Stockholm: Sweden Music 1984.
- Brolinson, Per-Erik und Holger Larsen: När rocken slog i Sverige. 2., überarbeitete Auflage. Stockholm: Arkivet för ljud och bild und Musikvetenskapliga institutionen vid Stockholms universitet 1997.
- Brumme, Christoph D.: „Es brennt“. In: Freitag – Die Ost-West-Wochenzeitung vom 24.03.2006. <http://www.freitag.de/kultur/0612-deutschland-mythos> [15.02.2014].
- Büsser, Martin: Popmusik. 2., unveränderte Auflage. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt 2002. (=Wissen 3000).
- Bundesverband Musikindustrie: Deutsche Musik bestimmt die Top Ten der Jahrescharts 2007. Berlin: 2008a. [http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/080213\\_Jahrescharts\\_2007\\_Top\\_10\\_FINAL.pdf](http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/080213_Jahrescharts_2007_Top_10_FINAL.pdf) [28.08.2008].
- Bundesverband Musikindustrie: Deutscher Musikmarkt 2007: mehr Licht als Schatten. Berlin: 2008b. [http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/downloads/080313\\_BVMI\\_JPK08\\_Wirtschaft\\_FINAL.pdf](http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/downloads/080313_BVMI_JPK08_Wirtschaft_FINAL.pdf) [28.08.2008].
- Bundesverband Musikindustrie: Deutschland ist zweitgrößter Downloadmarkt



- in Europa. Berlin: 2008c. [http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/downloads/080117\\_Downloads\\_Europa\\_FINAL.pdf](http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/downloads/080117_Downloads_Europa_FINAL.pdf) [28.08.2008].
- Bundesverband Musikindustrie (Hrsg.): Musikindustrie in Zahlen 2011. Erscheinungsdatum April 2012. [http://www.musikindustrie.de/uploads/media/Jahrbuch-BVMI-2011\\_01.pdf](http://www.musikindustrie.de/uploads/media/Jahrbuch-BVMI-2011_01.pdf) [15.02.2014].
- Bundgaard, Peder: Lykkens Pamfil. Dansk Rock fra 60'erne til 70'erne. 2. Auflage. Kopenhagen: Lindhardt og Ringhof 2005.
- Burnett, Robert: „Dressed for Success: Sweden from ABBA to Roxette“. In: Popular Music 11. 1992. S. 141-150.
- Busse, Tanja: Mythos in Musikvideos. Weltbilder und Inhalte von MTV und VIVA. Münster: LIT 1996.
- By: Larm: Musikkeksporten i Sverige og Norden. 2013. <http://bylarm2013.sched.org/event/bdd812e95eeaf8201aeca0682e2ad815#.UxRVjYVO4uQ> [03.03.2014].
- Cascada: Biography. [http://www.cascada-music.de/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=15&Itemid=200032](http://www.cascada-music.de/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=15&Itemid=200032) [15.02.2014].
- Classon, Johan und Johan Dahlström: Prissättning av Konserter. Är det Rock & Roll att Prisdiskriminera? Karlstad University 2005. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:5399/FULLTEXT01.pdf> [15.02.2014].
- Cooper, Matthew und Jonathan Foote: „Summarizing popular music via structural similarity analysis“. In: Applications of Signal Processing to Audio and Acoustics, 2003 IEEE Workshop on. New Paltz, NY: 19.-22. Oktober 2003. S. 127-130. <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=1285836> [27.06.2012].
- Crystal, David: English as a global language. 2. Auflage. Cambridge: University of Cambridge 2003.
- Damberg, Jenny: „Svensk musikexport halverad“. In: Svenska Dagbladet. 16. November 2006. [http://www.svd.se/kulturnoje/nyheter/artikel\\_370888.svd](http://www.svd.se/kulturnoje/nyheter/artikel_370888.svd) [15.02.2014].
- Deibel, Annette: Thank you for the music. Schwedens Musikbranche als Exportschlager. <http://www.skandinavien.de/Magazin/Musik/schweden-export.html> [15.02.2014].
- Deutscher Bundestag: Musikexportbüro muss auf eigenen Beinen stehen.

- Kultur und Medien / Antwort. Berlin: 10.04.2006. <http://bildungsklick.de/pm/27249/musikexportbuero-muss-auf-eigenen-beinen-steinen/> [15.02.2014].
- Deutsches Musik-Exportbüro: Medienberichte.  
<http://www.musikexport.de/index.php?rubrik=0011> [28.08.2008].
- Die Presse: Design: Blau-gelbe Globalisierung. 18.09.2010.  
<http://diepresse.com/home/politik/aussenpolitik/595462/> [15.02.2014].
- Dittmer, Lars: „Schweden Pop. Der Anfang vom Lied“. In: Der Tagesspiegel. 08.04.2010. <http://www.tagesspiegel.de/kultur/pop/der-anfang-vom-lied/1784408.html> [15.02.2014].
- Durrant, Colin: Choral Conducting. Philosophy and Practice. New York: Taylor & Francis 2003.
- Eimeren, Birgit van und Beate Frees: „Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. 76 Prozent der Deutschen Online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte“. In: Media Perspektiven 7-8/2012. [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees\\_01.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Eimeren_Frees_01.pdf). S. 362-379. [15.02.2014].
- Eggert, Katrin, Hans Kaminski und Michael Koch: Popmusik und Ökonomie – ein Unterrichtsmodell. Wirtschaft in der Schule! Ein Unterrichtsmodell für die Sekundarstufe II. Hrsg. von Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung 2001.
- Eggum, Jan, Bård Ose und Siren Stehen: Norsk Pop & Rock Leksikon. Populærmusik i hundre år. Oslo: Vega AS 2005.
- Ekberger, Frida: Musik på export. 2006.  
<http://www.tidningenuttryck.se/2006/article-7.html> [15.02.2014].
- Ellegaard, Lasse: Dansk rockmusik. O.O.: Information 1975.
- Emes, Julia: Unternehmerge Gewinn in der Musikindustrie. Wertschöpfungspotentiale und Veränderungen der Branchenstruktur durch die Digitalisierung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag 2004.
- Endter, Franziska: Swedishness Sells. How the image of a Country influences Brand Perception and vice versa. Stockholm 2009. <http://www.mandelconsulting.com/wp-content/uploads-mm/2009/11/Swedishness-Sells.pdf> [15.02.2014].
- Engh, Marcel: Popstars als Marke. Identitätsorientiertes Markenmanagement für die musikindustrielle Künstlerentwicklung und –vermarktung. Wiesbaden: DUV 2006.

- Eriksson, Bengt: Från Rock-Ragge till Hoola Bandoola. Den svenska popens historia eller berättelsen om ett land under kulturimperialistiskt förtryck. Stockholm: Tidens 1975.
- Eriksson, Bengt und Magnus Gertten: Skånes Rockhistoria 1957-1977 Del 1. Lund: Box Music Production 1989.
- Europäische Kommission: Europa in Zahlen. Eurostat Jahrbuch 2006-07. Luxemburg 2007. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-CD-06-001/DE/KS-CD-06-001-DE.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CD-06-001/DE/KS-CD-06-001-DE.PDF) [16.02.2014].
- European Music School Union (EMU): EMU 2010. Statistical information about the European Music School Union. Utrecht 2011. [http://www.musicschoolunion.eu/fileadmin/downloads/statistics/EMU\\_Statistics\\_2010.pdf](http://www.musicschoolunion.eu/fileadmin/downloads/statistics/EMU_Statistics_2010.pdf) [16.02.2014].
- European Music School Union (EMU): Music Schools in Europe. Musikschulen in Europa. Les écoles de musique en Europe. Utrecht: 2010. [http://www.musicschoolunion.eu/fileadmin/downloads/attachments/101115\\_EM\\_publicatie\\_EMU\\_2010\\_digitaal.pdf](http://www.musicschoolunion.eu/fileadmin/downloads/attachments/101115_EM_publicatie_EMU_2010_digitaal.pdf) [16.02.2014].
- Europetheband: Bios. 2012. <http://www.europetheband.com/bios.html> [02.03.2014].
- Eurostat: Cultural statistics. Luxembourg: Publications Office of the European Union 2011. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF) [16.02.2014].
- Eurostat: Haushalte – Internet-Zugangsdichte. Letzte Aktualisierung am 18.12.2013. [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_ci\\_in\\_h&lang=de](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ci_in_h&lang=de) [02.03.2014].
- Export Music Sweden: Swedish Music Update 4/2002. <http://www.exms.com/pdf/smu/smu042002.pdf> [26.08.2008].
- Fahrenbach, Christian: "Wake me up" von Avicii. Die Erfolgsformel für den Sommerhit. 3. August 2013. <http://www.stern.de/kultur/musik/wake-me-up-von-avicii-die-erfolgsformel-fuer-den-sommerhit-2046678.html> [16.02.2014].
- Feusi, Karin und Daniela Küttel: There's No (Swiss) Business Like (Swedish) Showbusiness! Populärmusikförderung als Basis für einen erfolgreichen Musikexport? Ein Vergleich zwischen Schweden und der Schweiz. Basel: 2011. [http://www.swiss-music-news.ch/publikationen/Feusi\\_Kuettel\\_There%27s\\_No\\_Swiss\\_Business.pdf](http://www.swiss-music-news.ch/publikationen/Feusi_Kuettel_There%27s_No_Swiss_Business.pdf) [16.02.2014].
- Findahl, Olle: Svenskarna och Internet 2012. Hrsg. von Stiftelsen för

- Internetinfrastruktur. Stockholm 2012. <https://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf> [16.02.2014].
- Flender, Reinhard und Hermann Rauhe: Popmusik. Aspekte ihrer Geschichte, Funktionen, Wirkung und Ästhetik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1989.
- Focus Online: NoNoNo. Das schwedische Pop-Phänomen Nonono. 29.07.2013. [http://www.focus.de/kultur/vermishtes/nonono-das-schwedische-pop-phaenomen-nonono\\_aid\\_1056684.html](http://www.focus.de/kultur/vermishtes/nonono-das-schwedische-pop-phaenomen-nonono_aid_1056684.html) [16.02.2014].
- Fohrbeck, Karla und Andreas Joh. Wiesand: Musik. Statistik. Kulturpolitik. Daten und Argumente zum Musikleben in der Bundesrepublik Deutschland. Köln: DuMont 1982.
- Folkuniversitetet: Musikkurser. <http://www.folkuniversitetet.se/Kurser--Utbildningar/Dans-Musik-Teater/Musik/> [03.03.2014].
- Fornäs, Johan: „Popular Music and Youth Culture in Late Modernity”. In: Popular Music Research. Hrsg. von Keith Roe & Ulla Carlsson. Göteborg: Nordicom-Sweden 1990. S. 29-40.
- Forss, Kim: Att ta sig ton. Om svensk musikexport 1974 – 1999. Stockholm: Finansdepartementet 1999.
- Forss, Kim: The Export of the Swedish Music Industry 2000. Hrsg. von Export Music Sweden. 2001. [http://www.exms.se/export/export\\_performance\\_MI2001.htm](http://www.exms.se/export/export_performance_MI2001.htm) [28.08. 2008].
- Frickel, Claudia: „Spotify, Simfy, Rdio & Co. Online-Musikdienste – Hier hören Sie kostenlos Musik“. In: Focus Online. 23.03.2012. [http://www.focus.de/digital/internet/tid-25318/spotify-simfy-rdio-und-co-online-musikdienste-hier-hoeren-sie-kostenlos-musik\\_aid\\_726333.html](http://www.focus.de/digital/internet/tid-25318/spotify-simfy-rdio-und-co-online-musikdienste-hier-hoeren-sie-kostenlos-musik_aid_726333.html) [16.02.2014].
- Frith, Simon, Will Straw und John Street: „Introduction and chronology of pop and rock”. In: The Cambridge Companion to Pop and Rock. Hrsg. von Simon Frith, Will Straw und John Street. Cambridge: Cambridge University Press 2001a. S. ix-xvii.
- Frith, Simon: „Pop music”. In: The Cambridge Companion to Pop and Rock. Hrsg. von Simon Frith, Will Straw und John Street. Cambridge: Cambridge University Press 2001. S. 93-108.
- Frith, Simon, Will Straw und John Street: „Star profiles II”. In: The Cambridge

- Companion to Pop and Rock. Hrsg. von Simon Frith, Will Straw und John Street. Cambridge: Cambridge University Press 2001b. S. 193-210.
- Frith, Simon: „Zur Ästhetik der Populären Musik“. In: PopScriptum 01 – Begriffe und Konzepte. Hrsg. vom Forschungszentrum Populäre Musik der Humboldt-Universität zu Berlin. 1992. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst01/pst01\\_frith.htm](http://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst01/pst01_frith.htm) [16.02.2014].
- Fuchs, Otto: Bill Haley. Vater des Rock'n'Roll. Gelnhausen: Wagner 2008.
- Fuchs-Gamböck, Michael und Thorsten Schatz: Bis das Herz brennt. Die inoffizielle Rammstein Biografie. Königswinter: Heel 2010.
- Fuchs-Gamböck, Michael und Thorsten Schatz: Jetzt und wir. Neue deutsche Bands zwischen Soundcheck und Lebensgefühl. München: Knaur 2008.
- Fuchs-Gamböck, Michael und Thorsten Schatz: Spiel mit dem Feuer. Das inoffizielle Rammstein-Buch. Königswinter: Heel 2006.
- Garner, Ken: „Disc Jockey“. In: Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume II: Performance and Production. Hrsg. von John Shepherd u. a. London, New York: continuum 2003. S. 187-188.
- Gatermann, Reiner: „Beinahe Weltmeister. Stockholm ist für viele Popstars Wiege der Inspiration“. In: Die Welt. 20.12.2000. <http://www.welt.de/print-welt/article554276/Beinahe-Weltmeister.html> [17.02.2014].
- Gebesmair, Andreas: Die Fabrikation globaler Vielfalt. Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie. Bielefeld: Transcript 2008.
- Gebhardt, Bettina: Musikdownloads von Jugendlichen. Eine empirische Studie zur Zukunft der Musikindustrie. Köln: Josef EUL 2006. (=Medienmanagement Bd. 2).
- Gjedsted, Jens Jørn: Dansk Rock fra pigtråd til punk. Leksikon 1956-1985. Kopenhagen: Politikens 1985.
- Gmelin, Hannes: Nationalität in populärer Musik. Popmusik heute – Ausdruck kultureller Identität oder Produkt einer globalisierten Wirtschaft? Diss. Hamburg: 2005.
- Goethe Institut: Podcast zu Konzerten der Goethe-Institute weltweit. <http://www.goethe.de/kue/mus/pod/deindex.htm> [12.03.2014].
- Gradvall, Jan: Schwedische Populärkultur verbreitet sich weltweit. Hrsg. vom Schwedischen Institut 2004a. [http://www.sweden.se/templates/cs/CommonPage\\_\\_\\_\\_8245.aspx](http://www.sweden.se/templates/cs/CommonPage____8245.aspx) [01.04.2006].
- Gradvall, Jan: Swedish pop update. 2. überarbeitete Auflage. Stockholm: The

- Swedish Institute 2004b.
- Grammis: Årets Album. 2008. <http://grammis.se/nominerade/2008/arets-album/> [18.02.2014].
- Groß, Thomas: „Lettland. Warten auf den ABBA-Effekt“. In: Die Zeit. N°20/2001. [http://www.zeit.de/2001/20/200120\\_brainstorm.xml](http://www.zeit.de/2001/20/200120_brainstorm.xml) [18.02.2014].
- Groß, Torsten und Rainer Schmidt: „Interview mit Till Lindemann und Flake Lorenz“. In: Rolling Stone. Ausgabe 206. Dezember 2011. S. 98 – 104.
- Hagen, Per Ole: Pop og rock. Oslo: Gyldendal 1986. (Epokehefter i musikk).
- Hallencreutz, Daniel und Per Lundequist: „Från Waterloo till virtuella visioner. Ett kulturperspektiv på svensk musikindustri“. In: Tvärsnitt nr 1:2001. Hrsg. von Arne Jarrick. 2001. <http://www.vr.se/huvudmeny/arkiv/2001/tvarsnittnr12001/franwaterlootillvirtuellavisioner.4.5b5b80b310e317e3c068000995.html> [18.02.2014].
- Hallencreutz, Daniel, Per Lundequist und Anders Malmberg: Populärmusik från Svedala. Näringspolitiska lärdomar av det svenska musikklustrets framväxt. 2. Auflage. Stockholm: SNS 2007.
- Hanisch, Ernst: „Österreichische Identität und der Widerstand gegen den Nationalsozialismus“. In: Nation und Nationalismus in Europa. Kulturelle Konstruktion von Identitäten. Festschrift für Urs Altermatt. Hrsg. von Catherine Bosshart-Pflugger, Joseph Jung und Franziska Metzger. Frauenfeld, Stuttgart, Wien: Huber 2002. S. 283-298.
- Haack, Barbara: „Was unterhalb von Max Raabe gespielt wird. Musikmesse Forum: eine Diskussionsrunde zum Thema deutscher Musikexport“. In: Nmz 5/04. 53. Jahrgang. 2004. <http://www.nmz.de/artikel/was-unterhalb-von-max-raabe-gespielt-wird> [18.02.2014].
- Hampden-Turner, Charles und Alfons Trompenaars: The Seven Cultures of Capitalism. Value Systems for Creating Wealth in the United States, Japan, Germany, France, Britain, Sweden, and the Netherlands. New York: Currency Doubleday 1993.
- Hansson, Nils: „Popular Music – a growing export industry“. In: Music in Sweden. Hrsg. von Göran Bergendal. Stockholm: Svenska Institutet 1998. S. 66-85.
- Harries, Rhiannon: How We Met: Robyn & Johan Renck. 27.04.2008. <http://www.independent.co.uk/extras/sunday-review/regulars/how-we-met-robyn--johan-renck-815119.html> [18.02.2014].



- Hecken, Thomas: Pop. Geschichte eines Konzepts 1955-2009. Bielefeld: transcript 2009.
- Hegnsvad, Kristoffer und Sofie Maegaard: Husker du dansk rock gennem 50 år. O. O.: Danmarks Radio 2008.
- Heipel, Michael: „Volkswagen Sound Foundation“. In: Dokumentation. 2. Konferenz zur Förderung der Populärmusik in Deutschland. 29.-31. Oktober 1999 in Bochum. Hrsg. von Lothar Surey. Köln: NCC 2000. S. 14-15.
- Herbst, Prof. Dr. Dieter: „Vorwort“. In: Der Mensch als Marke. Konzepte – Beispiele – Experteninterviews. Hrsg. von Dieter Herbst. Göttingen: BusinessVillage 2003. S. 9-14.
- Hermann, Jonas: „Johannes Strate im Interview. ‚Wir erzählen die Geschichten unserer Generation‘“. In: Frankfurter Allgemeine. 15.09.2013. <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/johannes-strate-im-interview-wir-erzaehlen-die-geschichten-unserer-generation-12574233.html> [18.02.2014].
- Herrwerth, Thommi: Katzeklo & Caprifischer. Die deutschen Hits aus 50 Jahren. Berlin: Rütten & Loening 1998.
- Herzog, Julia: Bullerbü und der Rest der Welt: Konstruktionen der (inter-)nationalen Identität Schwedens im 20. Jahrhundert. München: Akademische Verlagsgemeinschaft 2010.
- Hildibrandsdóttir, Anna Hildur und Dominic Power: NOMEX: Nordic Music Exports directions and strategies. 2009. [http://www.musex.fi/images/content/NOMEX\\_Nordic%20Music%20Exports%20Strategy\\_September%202009.pdf](http://www.musex.fi/images/content/NOMEX_Nordic%20Music%20Exports%20Strategy_September%202009.pdf) [04.02.2013].
- Höppner, Christian: „Musikland Deutschland – zwischen Bach und Baglama“. In: Pop Insights. Bestandsaufnahmen aktueller Pop- und Medienkultur. Hrsg. von Thomas Krettenauer und Michael Ahlers. Bielefeld: Transcript 2007. S. 11-23.
- Hogan, Marc: What’s the matter with Sweden? 29.03.2010. <http://pitchfork.com/features/articles/7776-whats-the-matter-with-sweden/> [18.02.2014].
- Hüppauf, Bernd: „Globalization – Threats and Opportunities“. In: Globalization and the Future of German. With a Select Bibliography. Hrsg. von Andreas Gardt und Bernd Hüppauf. Berlin, New York: Mouton de Gruyter 2004. S. 3-24.
- Hutzschenreuter, Thomas, Philipp Espel und Arne Schneemann:

- Industrieentwicklung und Marketing-Mixe. Erfassung und empirische Untersuchung für die Musik- und Filmindustrie. Wiesbaden: DUV 2004.
- IFPI: IFPI Digital Music Report 2013. Engine of a digital world. 2013a. <http://www.ifpi.org/content/library/dmr2013.pdf> [18.02.2014].
- IFPI: Sweden first country in the world to include sales of streamed music in its album charts. 2013b. <http://www.ifpi.se/pressmeddelande/sweden-first-country-in-the-world-to-include-sales-of-streamed-music-in-its-album-charts> [18.02.2014].
- IKEA: Echt schwedisch. [http://www.ikea.com/ms/de\\_DE/the\\_ikea\\_story/working\\_at\\_ikea/echt\\_schwedisch.html](http://www.ikea.com/ms/de_DE/the_ikea_story/working_at_ikea/echt_schwedisch.html) [18.02.2014].
- Ikram, Mohamed: Sweden: A Success Story in the Global Music Industry. 2009. <http://mohamedikram.wordpress.com/2009/08/11/sweden-a-success-story-in-the-global-music-industry/> [18.02.2014].
- INRA (Europe) European Coordination Office S.A.: Die Europäer und die Sprachen. Eurobarometer 54 Sonderbericht. Februar 2001. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_147\\_\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_147__de.pdf) [18.02.2014].
- Isermann, Ralf: „Tokio Hotel in Frankreich. Bill, mon amour“. In: Spiegelonline. 17.04.2007. <http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/0,1518,477531,00.html> [18.02. 2014].
- Ivarsson, Måns: Vill du ha din frihet får du ta den. Ulf Lundell – en biografi. Volym I 1949-1982. Falun: Orduplaget 2007.
- Jahnke, Klaus: Süße Rebellen. Die Mando Diao Story. Höfen: Hannibal 2010.
- Job, Bertram: Bis zum bitteren Ende... Die Toten Hosen erzählen IHRE Geschichte. Geordnet von Bertram Job. Aktualisierte Neuauflage. München: Deutscher Taschenbuch Verlag 2006.
- Jonsson, Leif und Hans Åstrard: Musiken i Sverige. Konstmusik. Folkmusik, Populärmusik 1920-1990. Stockholm: Fischer & Co 1994.
- Kachelrieß, Jörn: Selbstvermarktung für Musiker. Erfolgreich ohne Plattenvertrag. Bergkirchen: PPV Medien 2008.
- Karg, Markus: Die Ärzte. Ein überdimensionales Meerschwein frisst die Erde auf. Die Biografie der Besten Band der Welt. In Zusammenarbeit mit Belafarinrod. 2. Auflage. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf 2001.
- Keightley, Keir: „Reconsidering rock“. In: The Cambridge Companion to Pop and Rock. Hrsg. von Simon Frith, Will Straw und John Street. Cambridge: Cambridge University Press 2001. S. 109-141.

- Koch, Albrecht: Angriff auf's Schlaraffenland. 20 Jahre deutschsprachige Popmusik. Frankfurt am Main/Berlin: Ullstein 1987.
- Koch, Daniel: Beatsteaks abroad. Mit den Berlinern beim Auswärtsspiel auf dem iTunes Festival in London. 15. Juli 2011. <http://www.rollingstone.de/magazin/features/article107360/beatsteaks-abroad-mit-den-berlinern-beim-auswaertsspiel-auf-dem-itunes-festival-in-london.html> [19.02.2014].
- Koch-Hillebrecht, Manfred: Die Deutschen sind schrecklich. Geschichte eines europäischen Feindbildes. Berlin: wjs 2008.
- KODA: KODA 1926-2001. Sænummer af Koda-nyt. 30. November 2001. [http://www.koda.dk/fileadmin/user\\_upload/docs/KODA\\_jubilaemsskrift.pdf](http://www.koda.dk/fileadmin/user_upload/docs/KODA_jubilaemsskrift.pdf) [19.02.2014].
- Konstnärnsämnden: Konstnärnsämndens uppgifter. 07.06.2012. [http://www.konstnarsnamnden.se/om\\_konstnarsnamnden](http://www.konstnarsnamnden.se/om_konstnarsnamnden) [19.02.2014].
- Krause-Blouin, Jacqueline: „Falsche Feen“. In: Rolling Stone. Ausgabe 208. Februar 2012. S. 23.
- Kraushaar, Elmar: „Eurovision Song Contest. Von Schweden lernen, heißt siegen lernen“. In: Frankfurter Rundschau. 09. Mai 2013. <http://www.fr-online.de/esc-eurovision-song-contest/eurovision-song-contest-von-schweden-lernen--heisst-siegen-lernen,4429088,22720020.html> [19.02.2014].
- Kreißler, Lisa: Das Bullerbü-Syndrom. Astrid Lindgrens Vermächtnis in Deutschland. 22.07.2009. <http://www.suite101.de/content/das-bullerbuesyndrom-a59088> [24.01.2011].
- Kromer, Eberhard: Wertschöpfung in der Musikindustrie. Zukünftige Erfolgsfaktoren bei der Vermarktung von Musik. München: Reinhard Fischer 2008. (Praxisforum Medienmanagement, Band 9).
- Krüger, Martin Maria: Musik in Deutschland - Situation und Perspektiven der Musik in Gesellschaft und Bildungssystem. Kongress Rom 23. April 2008. <http://www.musik-forum-online.de/krueger> [19.02.2014].
- Kuerbis, Rosita und Lothar Scholz: Studie über die wichtigsten Auslandsmärkte für Musikunternehmen aus Berlin im Rahmen der Landesinitiative Projekt Zukunft. Hrsg. von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen. Landesinitiative Projekt Zukunft 2007. [http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user\\_upload/pdf/studien/musikwirtschaft\\_studie\\_auslandsmaerkte\\_2008.pdf](http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user_upload/pdf/studien/musikwirtschaft_studie_auslandsmaerkte_2008.pdf) [19.02.2014].

- Kuhnke, Klaus, Manfred Miller und Peter Schulze: Geschichte der Pop-Musik. Band I (Bis 1947). Lilienthal/Bremen: Eres Edition und Archiv für Populäre Musik 1976.
- Kulturrådet: Fonogrammen i kulturpolitiken. Rapport från kulturrådet 1979:1. Stockholm: Liber 1979.
- Kulturrådet: Kulturens finansiering 2008-2009. Kulturen i siffror 2010:7. 2010a.  
[http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2010/kulturens\\_finansiering\\_2008-2009.pdf](http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2010/kulturens_finansiering_2008-2009.pdf) [19.02.2014].
- Kulturrådet: Översyn av fonogramstödet. 2010b.  
[http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2010/oversyn\\_fonogramstodet.pdf](http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2010/oversyn_fonogramstodet.pdf) [19.02.2014].
- Kurp, Matthias, Claudia Hauschild und Klemens Wiese: Musikfernsehen in Deutschland. Politische, soziologische und medienökonomische Aspekte. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2002.
- Lagerqvist, Lars O.: Svensk historia. Stockholm: Svenska institutet 2001.
- Larkey, Edward: „Postwar German Popular Music: Americanization, the Cold War, and the Post-Nazi Heimat“. In: Music and German national identity. Hrsg. von Celia Applegate und Pamela Potter. Chicago/London: The University of Chicago Press 2002. S. 234-250.
- Larsen, Holger: Schwedischer Musikexport. Hrsg. vom Svenska Institutet. Stockholm: 2000. [http://www.sverige.de/lexi/lexi\\_musi.htm](http://www.sverige.de/lexi/lexi_musi.htm) [07.07.2010].
- Lehr, Folke und Insa Müller: „Was verbirgt sich hinter dem Begriff der Nation? Einführende Bemerkungen“. In: norrøna. Zeitschrift für Kultur, Geschichte und Politik der skandinavischen Länder. „Hat die Nation im Norden eine Zukunft? Ein Konzept im Wandel der Zeit. Dokumentation des Studierenden-Symposiums am 21. Juni 2001 in Berlin“. Hrsg. von Jan Stampehl und Katharina Woellert. Berlin 2002. S. 8-11. (Beiheft zur norrøna 1).
- Leuck, Katharina: „Samstag Tourstart im Hyde Park. Hamburger Band Kettcar im Interview: „Belegte Brote dürfen nicht fehlen“. In: Neue Osnabrücker Zeitung. Veröffentlicht am 31.10.2012. <http://www.noz.de/lokales/67524637/hamburger-band-kettcar-im-interview-belegte-brote-duerfen-nicht-fehlen> [19.02.2014].
- Lilliestam, Lars: Bilderna av Kent. En fallstudie av musikjournalistik, autenticitet och musikmytologi. STM-Online vol. 6. 2003.

[http://www.musikforskning.se/stmonline/vol\\_6/lilliestam/index.php?menu=3](http://www.musikforskning.se/stmonline/vol_6/lilliestam/index.php?menu=3) [19.02.2014].

Lilliestam, Lars: „En dödsmetall-hardcore-hårdrocksgrej, det är jättesvårt att förklara“. Göteborgska gymnasister tänker och talar om musik. Göteborg: Göteborgs Universitet 2001. [Skrifter från institutionen för musikvetenskap Göteborgs Universitet nr 69, 2001].

Lilliestam, Lars: „Musical Acculturation: “Hound Dog“ from Blues to Swedish Rock and Roll“. In: Popular Music Research. Hrsg. von Keith Roe & Ulla Carlsson. Göteborg: Nordicom-Sweden 1990. S. 133-142.

Lilliestam, Lars: Sjung på svenska för känslans skull. Språktidningen. Nr. 3 2010. <http://spraktidningen.se/artiklar/2010/06/sjung-pa-svenska-kanslans-skull> [19.02.2014].

Lilliestam, Lars: Svensk rock. Musik. Lyrik. Historik. Göteborg: Bo Ejeby 1998.

Lindsay, Cam: Sweden’s Hour. International Success Helps Swedes Bring It All Back Home. 2007. [http://exclaim.ca/Features/Research/sweden-international\\_success\\_helps\\_swedes\\_bring\\_it\\_all\\_back](http://exclaim.ca/Features/Research/sweden-international_success_helps_swedes_bring_it_all_back) [19.02.2014].

Lischka, Konrad: „Warner Music: Musikriese steigert Streaming-Umsatz“. In: SpiegelOnline. 10.08.2012. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/warner-music-musikriese-steigert-streaming-umsatz-a-849300.html> [19.02.2014].

Loh, Hannes: „Patchwork der Widersprüche – Deutschrapp zwischen Ghetto-Talk und rechter Vereinnahmung“. In: Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt. Hrsg. von Klaus Neumann-Braun und Birgit Richard. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2005. S. 111-128.

Longerich, Winfried: „Da Da Da“. Zur Standortbestimmung der Neuen Deutschen Welle. Pfaffenweiler: Centaurus 1989. (Musikwissenschaftliche Studien, Bd. 9).

Lothsson, Johan: Mando Diao tillbaka – på svenska. Använder modersmålet för första gången på nya studioalbumet. 31.08.2012. <http://gaffa.se/nyhet/64035> [19.02.2014].

Lou Bega: Biography. <http://www.lou-bega.com/biography/?lang=de> [02.03.2014].

Lüke, Martina: „Modern Classics: Reflections on Rammstein in the German Class“. In: Die Unterrichtspraxis/Teaching German 41, Heft 1, Frühling 2008, S. 15–23. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1756-1221.2008.00002.x/pdf> [19.02.2014].

- Lund: Avgifter. Zuletzt aktualisiert am 09.08.2013. <http://www.lund.se/Kulturskolan/Om-Kulturskolan/Avgifter/> [03.03.2014].
- Lundberg, Börje: Stora Rock'n'Roll boken. Sveriges rockkungar 1955-1963. Stockholm: Premium 2007.
- Lundberg, Lars-Olof: Bilder av Sverige i utlandet. En studie om förändringar, nuläge och mätmetoder. Stockholm: Utrikesdepartementet 2005. <http://www.sweden.gov.se/content/1/c6/04/85/28/45fa35a8.pdf> [19.02.2014].
- Lundgren, Larz und Jan-Owe Wikström: Roxette – Das Buch. Aus dem Schwedischen von Ingrid Kraschon. Mit einem Zusatzkapitel von Alex Gernandt. München: Goldmann 1994.
- Macnamara, John: „How can one measure the extent of a person’s bilingual proficiency”. In: Description and measurement of bilingualism an international seminar. University of Moncton. June 6-14, 1967. Hrsg. von Kelly, L. G. Toronto: University of Toronto Press 1969. S. 80-119.
- Madsen, Flemming: „Rock Music”. In: Music in Denmark. Hrsg. von Knud Ketting. Copenhagen: Det Danske Solskab 1987. S. 81-91.
- Mäkelä, Janne: „Finnkampen. Finland’s Envy for Swedish Pop Music Success in the 1990s”. In: History of Stardom Reconsidered. Hrsg. von Kari Kallioniemi u. a. Turku: International Institute for Popular Culture 2007. S. 110-115.
- Malmö stad: Om kulturskolan. 2012. <http://www.malmo.se/Medborgare/Kultur--noje/Kurser--undervisning/Malmo-Kulturskola/Om-kulturskolan.html> [19.02.2014].
- Manthe, Matthias: Die Schwedin lässt nicht den Body talken, sondern das Herz. <http://www.laut.de/Robyn/Alben/Body-Talk-Pt-1-56925> [02.03.2014].
- Martin, Murielle: Die Ärzte. Auf den Spuren der Kult-Band zwischen Charts & Provokation. Düsseldorf: Dirk Lehrach 2001.
- MDR Sputnik: Mehr als kühl und melancholisch. Musik aus Skandinavien. 2008a. <http://www.sputnik.de/musik/feature/mehr-als-kuehl-und-melancholisch-musik-aus-skandinavien> [26.08.2008].
- MDR Sputnik: Kurz erklärt: Bandförderung am Beispiel Schweden. Audiodatei. 2008b. <http://www.sputnik.de/musik/feature/mehr-als-kuehl-und-melancholisch-musik-aus-skandinavien> [26.08.2008b].



- MDR Sputnik: Kurz erklärt: Warum ist Pop aus Schweden so gut und erfolgreich? Audiodatei. 2008c. <http://www.sputnik.de/musik/feature/mehr-als-kuehl-und-melancholisch-musik-aus-skandinavien> [26.08.2008].
- MDR Sputnik: Kurz vorgestellt. Musikszene Schweden. Audiodatei. 2008d. <http://www.sputnik.de/musik/feature/mehr-als-kuehl-und-melancholisch-musik-aus-skandinavien> [26.08.2008d].
- Middleton, Richard: „Bridge“. In: Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume II: Performance and Production. Hrsg. von John Shepherd u. a. London, New York: continuum 2003a. S. 505-506.
- Middleton, Richard: „Chorus“. In: Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume II: Performance and Production. Hrsg. von John Shepherd u. a. London, New York: continuum 2003b. S. 508.
- Middleton, Richard: „Refrain“. In: Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume II: Performance and Production. Hrsg. von John Shepherd u. a. London, New York: continuum 2003c. S. 511 .
- Mose, Jens Allan, Niels W. Jacobsen und Egon Nielsen: Dansk rock'n'roll leksikon. Præstø: Mjølnner 1983.
- MTV: ABBA. [http://www.mtv.de/musikvideos\\_artist/903-abba](http://www.mtv.de/musikvideos_artist/903-abba) [03.03.2014].
- Müller, Andrea: Die Fantastischen Vier. Die Megastars des deutschen Rap. Düsseldorf: ECON 1996.
- Müller, Gerhard: Gute Unterhaltung! Die Medienbranche in Deutschland im Überblick. München: Ernst & Young 2005.
- Musex: Total Market Value And Structure Of Finnish Music Exports In 2008. [http://www.musex.fi/files/Market\\_Value\\_of\\_Finnish\\_Music\\_Exports\\_2008.pdf](http://www.musex.fi/files/Market_Value_of_Finnish_Music_Exports_2008.pdf) [08.09.2011].
- Musically: Spotify boss reveals (some) statistics. 2009. <http://musically.com/blog/2009/09/18/spotify-boss-reveals-some-statistics/> [09.01.2011].
- Musikmarkt: Schweden ist drittgrößter Musikexporteur der Welt. 14.04.2004. <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Schweden-ist-drittgroesster-Musikexporteur-der-Welt> [20.02.2014].
- MusikWoche: ExMS wächst langsamer. Stockholm 30.11.2001. <http://www.mediabiz.de/musik/news/exms-waechst-langsamer/105627> [20.02.2014].
- MusikWoche: Schwedens Musikexport boomt dank DVD. Stockholm:

- 27.03.2003. <http://www.mediabiz.de/musik/news/schwedens-musikexport-boomt-dank-dvd/144937> [20.02.2014].
- Musiksverige: Almedalen: Stor enighet kring musikexporten. 04.07.2012a. <http://www.musiksverige.org/blogg/almedalen-stor-enighet-kring-musikexporten/> [20.02.2014].
- Musiksverige: Frågor och svar om musikbranchens statistik. 23.02.2012b. <http://www.musiksverige.org/fakta/statistik/fragor-och-svar-om-musikbranschens-statistik-2/> [20.02.2014].
- Musiksverige: Den svenska musikbranchen växer. 30.01.2013a. <http://www.musiksverige.org/pressrum/pressmeddelanden/den-svenska-musikbranschens-vaxer/> [20.02.2014].
- Musiksverige: Musikbranchen i siffror. Statistik för 2012. Veröfentlicht 2014. <http://www.musiksverige.org/wp-content/uploads/Musikbranschens-i-siffror-statistik-for-2012-1.pdf> [19.02.2014].
- Musiksverige: Nu presenterar vi strategin för ökad musikexport. 26.06.2013b. <http://www.musiksverige.org/blogg/nu-presenterar-vi-strategin-for-okad-musikexport/> [20.02.2014].
- Musiksverige: Sverige i botten i nordiskt musikexportstöd. 15.02.2013c. <http://www.musiksverige.org/blogg/sverige-i-botten-i-nordiskt-musikexportstod/> [20.02.2014].
- Neumann-Braun, Klaus und Lothar Mikos: Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur. Unter Mitarbeit von Jörg Astheimer, Dirk Gerbode, Axel Schmidt und Birgit Richard. Düsseldorf: VISTAS 2006. (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen).
- Niketta, Reiner und Eva Volke: Rock und Pop in Deutschland. Ein Handbuch für öffentliche Einrichtungen und andere Interessierte. Hrsg. vom Sekretariat für gemeinsame Kulturarbeit in Nordrhein-Westfalen. Essen: Klartext 1994. (Kulturhandbücher NRW, Band 5).
- Niller, Dr. Hans-Peter: Aktivitäten in Forschung und Bildung. 21.12.2010. <http://www.kooperation-international.de/buf/schweden/bildungs-forschungs-und-innovationslandschaft/thematische-staerken.html#c7627> [20.02.2014].
- Nielsen, Jens-Emil: Ung i 70'erne. Frederiksberg HER&NU 2004.
- Nielsen, Jens-Emil: Ung i 80'erne. Frederiksberg HER&NU 2005.
- Nielsen, Jens-Emil: Ung i 90'erne. Frederiksberg: HER&NU 2006.

- Nmz: Griefahn plädiert für weitere Unterstützung von German Sounds. Berlin: 22.02.2006. <http://www.nmz.de/kiz/nachrichten/griefahn-plaediert-fuer-weitere-unterstuetzung-von-german-sounds> [20.02.2014].
- NOMEX: About. 2014. <http://nordicmusicexport.com/about-nomex> [02.03.2014].
- NOMEX: NOMEX Nordic Music Export Programme. Final Report 2012. 2013. <http://nomex.bleepsandblops.com/wp-content/uploads/2013/08/2.-NOMEX-2012-final-report-2.pdf> [20.02.2014].
- Nygren, Berit: Nytt musikexport-kontor på gång. 10. Juli 2012. <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1012&artikel=5182994> [20.02.2014].
- Nylin, Lars: Jesper Thorsson ny vd för Export Music Sweden. November 2012. <http://www.musikindustrin.se/2012/11/14/organisation-jesper-thorsson-ny-vd-for-export-music-sweden/> [20.02.2014].
- Nylöf, Göran: „Trends in Popular Music Preferences in Sweden 1960-1988”. In: Popular Music Research. Hrsg. von Keith Roe und Ulla Carlsson. Göteborg: Nordicom-Sweden 1990. S. 87-102.
- Official Charts Company: All The Number One Albums 2008. [http://www.officialcharts.com/all-the-number-one-albums-list/\\_/2008/](http://www.officialcharts.com/all-the-number-one-albums-list/_/2008/) [20.02.2014].
- Oldham, Andrew, Tony Calder und Colin Irwin: ABBA. Thank You for the Music. Aus dem Englischen von Heike Steffen. 2. Auflage. Berlin: Ullstein 2000.
- Olofsson, Hans: Stora Popboken. Svensk Rock & Pop 1954 – 1969. Stockholm: Premium 1995.
- Olsen, Per Kristian: Det store popeventyret. Pussycats og norsk rock i 60-åra. 2. Auflage. Oslo: J. W. Cappelens Forlag 1998.
- Olson, Claes: Max Martins sextonde (!) Billboard-etta. 11. September 2013a. <http://www.musikindustrin.se/2013/09/11/forlag-max-martins-sextonde-billboard-etta/> [21.02.2014].
- Olson, Claes: Jesper Thorsson / ny vd för Export Music Sweden. 19. November 2012a. <http://www.musikindustrin.se/2012/11/19/4-snabba-jesper-thorsson-tilltradande-vd-for-export-music-sweden/> [21.02.2014].
- Olson, Claes: Ny svensk USA-etta. 7. Februar 2013b. <http://www.musikindustrin.se/2013/02/07/forlag-ny-svensk-usa-etta/> [21.02.2014].

- Olson, Claes: Nytt samarbete ska stärka musikexporten. 20. Dezember 2012b. <http://www.musikindustrin.se/2012/12/20/organisation-nytt-samarbete-ska-starka-musikexporten/> [20.02.2014].
- Olson, Claes: Schwedische Musik weltweit. Hrsg. vom Schwedischen Institut. 26. August 2005. <http://archive.is/V1qGV> [21.02.2014].
- Olson, Claes: Secret Service tillbaka med The Lost Album. 2009. [http://www.musikindustrin.se/2009/03/12/secret\\_service\\_tillbaka\\_med\\_the\\_lost\\_album/](http://www.musikindustrin.se/2009/03/12/secret_service_tillbaka_med_the_lost_album/) [21.02.2014].
- Palm, Carl Magnus: ABBA – The Story. Berättelsen om supergruppen. Stockholm: Wahlström & Widstrand 2008.
- Palm, Carl Magnus: Licht und Schatten. ABBA. Die wahre Geschichte. 2., überarbeitete Auflage. Berlin, London, Wien: Bosworth 2003.
- Peltner, Arndt: German Sounds. Offener Brief für den Erhalt des deutschen Musikexportbüros. 2006. <http://www.radiogoethe.org/conpresso/wissenswertes/detail.php?nr=3023&kategorie=wissenswertes> [21.02.2014].
- Pendzich, Marc: „Orchidee Ade: Angewandte Musikwissenschaft als Innovationsforschung für die Musikwirtschaft“. In: PopMusicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft. Hrsg. von Christian Bielefeldt, Udo Dahmen und Rolf Grossmann. Bielefeld: transcript 2008. S. 241-256.
- Pendzich, Marc: Von der Coverversion zum Hit-Recycling. Historische, ökonomische und rechtliche Aspekte eines zentralen Phänomens der Pop- und Rockmusik. Münster: LIT 2004. (Populäre Musik und Jazz in der Forschung – Interdisziplinäre Studien – Hrsg. von Rainer Dollase u. a. Band 11).
- Petras, Ole: Wie Popmusik bedeutet. Eine synchrone Beschreibung popmusikalischer Zeichenverwendung. Bielefeld: transcript 2011.
- Phonoet (Hrsg.): Basshunter. [http://www.musicline.de/de/chartverfolgung\\_summary/artist/Basshunter](http://www.musicline.de/de/chartverfolgung_summary/artist/Basshunter) [02.03.2014].
- Phononet (Hrsg.): Chartverfolgung Aura Dione. [http://musicline.de/de/chartverfolgung\\_summary/title/Dione%2CAura/I+Will+Love+You+Monday+%28365%29/single](http://musicline.de/de/chartverfolgung_summary/title/Dione%2CAura/I+Will+Love+You+Monday+%28365%29/single) [24.02.2014].
- Phononet (Hrsg.): Chartverfolgung Velile & Safri Duo. [http://musicline.de/de/chartverfolgung\\_summary/title/Velile+%26+Safri+Duo/Helele+%282-track%29/single](http://musicline.de/de/chartverfolgung_summary/title/Velile+%26+Safri+Duo/Helele+%282-track%29/single) [24.02.2014].

- Phononet (Hrsg.): Chartverfolgung Medina.  
[http://musicline.de/de/chartverfolgung\\_summary/title/MEDINA/You+And+I/single](http://musicline.de/de/chartverfolgung_summary/title/MEDINA/You+And+I/single) [24.02.2014].
- Portnoff, Linda und Tobias Nielsén: Musikbranchen i siffror. Statistik för 2011. Rapport 0143 Rev A. Hrsg. vom Tillväxtverket. Stockholm 2012.
- Powerline Agency: Blumfeld.  
<http://www.blumfeldonline.de/downloads/blumfeldbiod.pdf> [03.03.2014].
- Rappe, Michael: „Lesen – Aneignen – Bedeuten: Poptheorie als pragmatische Ästhetik Populärer Musik. Der Videoclip Esperanto von Freundeskreis“. In: PopMusicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft. Hrsg. von Christian Bielefeldt, Udo Dahmen und Rolf Grossmann. Bielefeld: transcript 2008, S. 172-183.
- Rasch, Torsten: „Das ist Kunst“. In: Rolling Stone. Ausgabe 206. Dezember 2011. S. 102.
- Rasmusson, Ludvig: Rockens historia. Värnamo: Norstedts 1988.
- Regeringskansliet: Mando Diao och Nils Landgren prisas för sina musiksatser. Pressemitteldung vom 1. Februar 2010a.  
<http://www.regeringen.se/sb/d/12695/a/138813>. [24.02.2014].
- Regeringskansliet: Musikexportpriset 2009 till Mando Diao - "Större än en Grammis". 2010b.  
<http://www.regeringen.se/sb/d/12669/a/138851> (25.03.2011).
- Reinke, Daniel: Neue Wertschöpfungsmöglichkeiten der Musikindustrie. Innovative Businessmodelle in Theorie und Praxis. Baden-Baden, Nomos 2009.
- Renner, Tim: Der berechenbare Pop. 2010a. [http://www.motor.de/motorblog/tim.renner/tim\\_renner\\_der\\_berechenbare\\_pop.html](http://www.motor.de/motorblog/tim.renner/tim_renner_der_berechenbare_pop.html) [26.02.2014].
- Renner, Tim und Sarah Wächter: Wir hatten Sex in den Trümmern und träumten. Die Wahrheit über die Popindustrie. Berlin: Berlin 2013.
- Renner, Tim: Zahlenspiele. 2010b. [http://www.motor.de/motorblog/tim.renner/tim\\_renner\\_zahlenspiele.html](http://www.motor.de/motorblog/tim.renner/tim_renner_zahlenspiele.html) [26.02.2014].
- Risse, Sonja: Ohne Kommunikation kein Ton. Zur Leistung kommunikativer Einbettung. München: Meidenbauer 2008.
- Rosander, Dag: „Svenska toner med guldklang“. In: Svenska Dagbladet. 12. August 2003. [http://www.svd.se/naringsliv/svenska-toner-med-guldklang\\_103870.svd](http://www.svd.se/naringsliv/svenska-toner-med-guldklang_103870.svd) [26.02.2014].

- Rosen, Jody: Robyn. Body Talk Pt. 2. 07. September 2010.  
<http://www.rollingstone.com/music/albumreviews/body-talk-pt-2-20100907> [26.02.2014].
- Ross, Hannes und Andrea Ritter: Tokio Hotel. Das Pop-Wunder aus der Provinz. stern-Artikel aus Heft 05/2007. <http://www.stern.de/unterhaltung/musik/:Tokio-Hotel-Das-Pop-Wunder-Provinz/581779.html?p=2&eid=581141&postid=2> [26.02.2014].
- RP Online: Europas Pop-Kultur. Schweden beherrscht den Grand Prix. 29. Mai 2012. <http://www.rp-online.de/1.2848575> [26.02.2014].
- Sander, Daniel: „ABBA-Film ‚Mamma Mia!‘. The Sounds of Sommer“. In: Spiegelonline. 17.07.2008.  
<http://www.spiegel.de/kultur/kino/0,1518,566236,00.html> [26.02.2014].
- Sandgren, Patrik: Varför är svensk popmusik så populär utomlands? Synpunkter på det ”svenska musikundret” och på det spontana i popmusikens musikaliska språk. STM-Online. Vol. 3. 2000.  
[http://musikforskning.se/stmonline/vol\\_3/psandgren/index.php?menu=3](http://musikforskning.se/stmonline/vol_3/psandgren/index.php?menu=3) [26.02.2014].
- Scheibe, Alex: The Mechanics of Song Structure. IDN Music: Education Center - Education and Music Industry Articles 1999.  
[http://www.idnmusic.com/education/the\\_mechanics\\_of\\_song\\_structure.html](http://www.idnmusic.com/education/the_mechanics_of_song_structure.html) [26.02.2014].
- Schmidt, Hans-Joachim: „Was ist eine Nation? Debatten auf den Konzilien des 15. Jahrhunderts“. In: Nation und Nationalismus in Europa. Kulturelle Konstruktion von Identitäten. Festschrift für Urs Altermatt. Hrsg. von Catherine Bosshart-Pflugger, Joseph Jung und Franziska Metzger. Frauenfeld, Stuttgart, Wien: Huber 2002. S. 139-154.
- Schmidt, Rainer: „Die grosse Oper“. In: Rolling Stone. Ausgabe 206. Dezember 2011. S. 97 – 98.
- Scholz, Lothar (Redaktion & Bearbeitung): Music Export Basics. Grundlagen des internationalen Musikgeschäfts. Hrsg. von Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen. Landesinitiative Projekt Zukunft. 2007.  
[http://www.vut-online.de/cms/wpcontent/uploads/MEB\\_1\\_Doku210507.pdf](http://www.vut-online.de/cms/wpcontent/uploads/MEB_1_Doku210507.pdf) [20.06.2011].
- Schröder, Rainer M.: Rock Made In Germany. München: Wilhelm Heyne 1980.



- Schrödl, Daniel: Studie zum Nordeuropabild junger Menschen. Images des Nordens. 2010. <http://www.euractiv.de/druck-version/artikel/images-des-nordens-002758> [26.02.2014].
- Schumacher, Eckhard: „In Case of Misunderstanding, read on!“ Pop, Literatur, Übersetzung“. In: Popkulturtheorie. Hrsg. von Jochen Bonz. Mainz: Ventil 2002. S. 25-44.
- Seiler, Sascha: „Das einfache wahre Abschreiben der Welt“. Pop-Diskurse in der deutschen Literatur nach 1960. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2006.
- Siepen, Elmar: Untersuchungen zur Geschichte der Rockmusik in Deutschland: Die Gruppe „CAN“. Frankfurt am Main: Peter Lang 1994.
- Sjunnesson, Göran: Avgifter. Så här mycket kostar de olika aktiviteterna på Kulturskolan.  
<http://www.ystad.se/ystadweb.nsf/AllDocuments/8344F7D1808DB1E4C1256A41003E526D> [28.08.2008].
- Smith, Anthony D.: National Identity. Harmondsworth: Penguin 1991.
- Smith-Sivertsen, Henrik: I 1966 gik der gadekær i pigtråden.  
[http://www.dr.dk/arkivP4/Sjaelland/Tema/ugens\\_hit/hittet/20120824143328.htm](http://www.dr.dk/arkivP4/Sjaelland/Tema/ugens_hit/hittet/20120824143328.htm) [26.02.2014].
- Spatscheck, Christian u. a.: Happy Nation?!? Jugendmusikkulturen und Jugendarbeit in den 90er Jahren. Münster: LIT 1997. (= Musikpädagogische Beiträge Bd. 6).
- Spiegel.de: „MTV Video Music Awards. Tokio Hotel als beste Newcomer ausgezeichnet“. In: Spiegelonline. 08.09.2008.  
<http://www.spiegel.de/kultur/musik/mtv-video-music-awards-tokio-hotel-als-beste-newcomer-ausgezeichnet-a-576873.html> [26.02.2014].
- Spotify: Fast facts. 2012. <https://spotify.box.com/s/dwdoxdgws9f3shz051uf/1/528592590/5097465944/1> [26.02.2014].
- Statens Musikverk: Om Musikverket. 2012. <http://statensmusikverk.se/om-statens-musikverk/> [27.02.2014].
- Steinbrecher, Bernhard: „Der Ästhetik auf der Spur. Ansätze zu einer erweiterten Populärmusikanalyse“. In: pop:aesthetiken. Beiträge zum Schönen in der populären Musik. Hrsg. von Anja Brunner und Michael Parzer. Innsbruck, Wien, Bozen: Studienverlag 2010. S. 181-198. (Werkstatt populäre Musik. Hrsg. von Anja Brunner, Lisa Leitich und Michael Parzer. Band 2. 2010).

- Steinbrück, Peer: „Musikwirtschaft als Impulsgeber für neue Unternehmen und Arbeitsplätze“. In: Dokumentation. 2. Konferenz zur Förderung der Populärmusik in Deutschland. 29.-31. Oktober 1999 in Bochum. Hrsg. von Lothar Surey. Köln: NCC 2000. S. 8-9.
- Stockholms stad: Kulturskolans historik. Zuletzt aktualisiert am 29. August 2013.  
<http://www.stockholm.se/Fristaende-webbplatser/Fackforvaltningssajter/Kulturforvaltningen/Kulturskolan/Har-finns-Kulturskolan/Kulturskolan-historik/> [27.02.2014].
- Stölting, Elke: Deutsche Schlager und englische Popmusik in Deutschland. Ideologiekritische Untersuchung zweier Textstile während der Jahre 1960-1970. Bonn: Bouvier 1975. (Abhandlungen zur Kunst-, Musik- und Literaturwissenschaft, Band 195).
- Strauss, Neil: „Call Them the Beatles Of Electronic Dance Music“. In: The New York Times. 15. Juni 1997.  
<http://www.nytimes.com/1997/06/15/arts/call-them-the-beatles-of-electronic-dance-music.html?pagewanted=all&src=pm> [27.02.2014].
- Strömberg, Maggie: „Exportkalaset som kom av sig“. In: Novell. 03.02.2011.  
<http://magasinetnovell.se/2011/02/03/exportsuccen-som-kom-av-sig/> [27.02.2014].
- Studieförbundet Vuxenskolan: Musik, dans och teater. Kurser, studiecirklar och kultur.  
<http://www.sv.se/sv/Amnesomraden/Musik-dans-teater/> [03.03.2014].
- SvD Kultur: „Ola Håkansson får jubileumspris“. In: Svenska Dagbladet. 16. Januar 2007. [http://www.svd.se/kultur/ola-hakansson-far-jubileumspris\\_192089.svd](http://www.svd.se/kultur/ola-hakansson-far-jubileumspris_192089.svd) [27.02.2014].
- Svenska Institutet (Hrsg.): Schwedischer Pop. Februar 2008.  
[http://www.brunnvalla.ch/schweden/Schwedischer\\_Pop\\_TS115b\\_Low.pdf](http://www.brunnvalla.ch/schweden/Schwedischer_Pop_TS115b_Low.pdf) [27.02.2014].
- Sveriges Musik- och Kulturskoleråd: Den svenska musik- och kulturskolans bakgrund. <http://www.smok.se/om-smok/historik> [02.03.2014].
- Sveriges Musik- och Kulturskoleråd: Resultat av Musik- och Kulturskolerapporten 2011. April 2012.  
[http://www.smok.se/sites/smok.se/files/1204nulagesrapport\\_resultat.pdf](http://www.smok.se/sites/smok.se/files/1204nulagesrapport_resultat.pdf) [27.02.2014].

Sveriges Musik- och Kulturskoleråd: Resultat av Musik- och Kulturskolerapporten 2012. April 2013.

[http://www.smok.se/sites/smok.se/files/1304nulagesrapport\\_resultat.pdf](http://www.smok.se/sites/smok.se/files/1304nulagesrapport_resultat.pdf)  
[27.02.2014].

Sveriges Radio: Det svenska DJ-undret. 2012. <http://sverigesradio.se/sida/gruppsida.aspx?programid=4067&grupp=17117> [27.02.2014].

Swedishcharts.com: Best of All Time-Singles.

<http://swedishcharts.com/bestall.asp> [27.02.2014].

Thörnvall, Olle: Svensk Rocklyrik. Analys av fyra svenska rocktexter. Uppsala: Uppsala universitet 1982. (= Litteratur och samhälle. Årgång 17. 1981. Nr. 1/2).

Utrikesdepartementet: Hederspris för svensk musikexport 2011. Roxette – Hederspristagare 2011. Veröfentlicht am 25. November 2010a. Aktualisiert am 22. Februar 2013. <http://www.regeringen.se/sb/d/13763/a/156516> [27.02.2014].

Utrikesdepartementet: 2011 Swedish House Mafia. Veröfentlicht am 1. Februar 2012.

<http://www.regeringen.se/sb/d/13763/a/185273> [24.12.2012].

Utrikesdepartementet: 1999 Cheiron Production. Veröfentlicht am 25. November 2010b. Aktualisiert am 1. Februar 2011.

<http://www.regeringen.se/sb/d/13763/a/156505> [27.02.2014].

Van der Weyden, Lina: Svensk musikexport – will we remain on the turntables? 2007. <http://linaweyden.wordpress.com/2007/08/18/svensk-musikexport-%E2%80%93-will-we-remain-on-the-turntables/> [27.02.2014].

VdM: Mitgliedschulen im VdM von 1952 bis heute. 2013a. <http://www.musikschulen.de/musikschulen/fakten/vdm-musikschulen/index.html> [27.02.2014].

VdM: Schülerzahl und Altersverteilung. 2013b. <http://www.musikschulen.de/musikschulen/fakten/schuelerzahl-altersverteilung/index.html> [28.02.2014].

VERTIGO/Universal Domestic: Mando Diao. Neues Album “Infruset”. 2012. <http://www.becktomusic.de/mandodiao-presse.html> [28.02.2014].

Visit Sweden: Nordisch nobel. O. J.

<http://www.visitsweden.com/schweden/Local-pages/Germany/Nordisch-nobel/> [02.03.2014].

- Vochazer, Eva-Maria: Kashmir. Die Suche nach dem Gesamt-Kunstwerk. 2006. <http://www.nordische-musik.de/artikel/kashmir.php> [28.02.2014].
- Wallis, Roger und Krister Malm: Big sounds from small peoples. The music industry in small countries. London: Constable 1984.
- Waterson, Jim: Interview: Robyn. 17.06.2010. <http://thisispop.wordpress.com/2010/06/17/interview-robyn/> [28.02.2014].
- Watson, C.J.: "ABACAB" and Other Oddities. O.J. a. <http://www.netplaces.com/songwriting/song-structure/abacab-and-other-oddities.htm> [28.02.2014].
- Watson, C.J.: The ABACB Song. O.J. b. <http://www.netplaces.com/songwriting/song-structure/the-ababcb-song.htm> [28.02.2014].
- Weinacht, Stefan und Helmut Scherer: „Musik und Medien‘ auf dem Weg aus dem Niemandsland der Disziplinen“. In: Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Hrsg. von Stefan Weinacht und Helmut Scherer. Wiesbaden: VS 2008. S. 7-16. (Musik und Medien. Herausgegeben von Holger Schramm).
- Werner, Walter: Internetnutzung und Musikpräferenzen schwedischer Jugendlicher. Münster: Magisterarbeit 2001.
- Wicke, Peter, Wieland Ziegenrucker und Kai-Erik Ziegenrucker: Handbuch der populären Musik. Geschichte, Stile, Praxis, Industrie. Mainz: Schott 2007.
- Wicke, Peter: „Pop(Musik) Geschichte(n). Geschichte. Geschichte als Pop – Pop als Geschichte“. In: PopMusicology. Perspektiven der Popularwissenschaft. Hrsg. von Christian Bielefeldt, Udo Dahmen und Rolf Grossmann. Bielefeld: transcript 2008. S. 61-74.
- Wicke, Peter: „Populäre Musik“ als theoretisches Konzept“. In: PopScriptum 01 – Begriffe und Konzepte. Schriftenreihe herausgegeben vom Forschungszentrum Populäre Musik der Humboldt-Universität zu Berlin. 1992. S. 6 – 42. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst01/pst01\\_wicke.pdf](http://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst01/pst01_wicke.pdf) [28.02.2014].
- Wicke, Peter: „Rock Band“. In: Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume II: Performance and Production. Hrsg. von John Shepherd u. a. London, New York: continuum 2003. S. 62.
- Wicke, Peter: Rock und Pop. Von Elvis Presley bis Lady Gaga. München: Beck 2011.

- Wiles, David: Schwedische Indie-Musik erobert die Welt. 13.04.2007.  
<http://www.sweden.se/de/Startseite/Lebensstil/Lesen/Schwedische-Indie-Musik-erobert-die-Welt/> [14.06.2011].
- Wilholm, Wolfgang: Deutschrock-Lexikon. Berlin: Lexikon Imprint 1999.
- Wöhrle, Christoph: Was macht eigentlich Dr. Alban? 15. Juli 2007.  
<http://www.stern.de/lifestyle/leute/was-macht-eigentlich-dr-alban-592567.html> [28.02.2014].
- Wolther, Irving: „Musikwettbewerb vs. Wettbewerbsmusik: Das Dilemma des Eurovision Song Contests“. In: Beiträge zur Populärmusikforschung Bd. 33. 2005. S.101–111.
- Ziener, Jürgen: „Unser Interview mit Scooter: Und ewig bollert der Bass“. In: RollingStone. Veröffentlichungsdatum 22.06.2011.  
<http://www.rollingstone.de/magazin/features/article103112/unser-interview-mit-scooter-und-ewig-bollert-der-bass.html> [28.02.2014].

## **Weblinks**

- <http://norwegiancharts.com/showinterpret.asp?interpret=B1%FCmchen>  
 [02.03.2014].
- <http://swedishcharts.com/showinterpret.asp?interpret=B1%FCmchen>  
 [02.03.2014].
- <http://www.abbathemuseum.com/#start> [02.03.2014].
- <http://www.basshunter.se/bio/> [03.03.2014].
- <http://www.boney-m.com> [02.03.2014].
- <http://www.cardigans.com/?sid=default&bfs=1> [02.03.2014].
- <http://www.caterinavalente.files.wordpress.com/2011/06/valente-bio-deutsch.pdf> [03.03.2014].
- <http://www.chartstats.com/artistinfo.php?id=11556> [28.10.2012].
- <http://www.dieaerzte.at/biographie/> [03.03.2014].
- <http://www.dieter-bohlen.net/erfolge.htm> [03.03.2014].
- <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1982>  
 [03.03.2014].
- <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1984>  
 [03.03.2014].
- <http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-80er/das-jahr-1987>  
 [03.03.2014].

<http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1990>  
[03.03.2014].

<http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1992>  
[03.03.2014].

<http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-90er/das-jahr-1994>  
[03.03.2014].

<http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-00er/das-jahr-2003>  
[03.03.2014].

<http://www.dietotenhosen.de/band/biographie/die-00er/das-jahr-2008>  
[03.03.2014].

<http://www.guanoapes.org/de/band> [03.03.2014].

<http://www.hansatonstudio.de/> [03.03.2014].

<http://www.hitlistan.se/> [03.03.2014]

<http://www.j-white.de/> [03.03.2014].

<http://www.kent.nu/biografi> [03.03.2014].

<http://www.koda.dk/omkoda/> [03.03.2014].

<http://www.laidback.dk/> [02.03.2014].

<http://www.laut.de/Bluemchen> [02.03.2014].

<http://www.laut.de/Robyn> [02.03.2014].

<http://www.laut.de/Scooter> [02.03.2014].

<http://www.laut.de/The-Cardigans> [02.03.2014].

<http://www.laut.de/The-Hives> [02.03.2014].

<http://www.muenster.de/stadt/musikschule/pdf/gebuehren2013.pdf>  
[02.03.2014].

<http://www.musikexport.de/index.php?rubrik=0006> [03.03.2014].

<http://www.musikexport.de/index.php?rubrik=0012> [03.03.2014].

<http://www.musiksverige.org/> [03.03.2014].

<http://www.paulvandyk.de/#artist> [03.03.2014].

<http://www.peterkraus.de/?sid=item&iid=2> [02.03.2014].

<http://www.reklammusik.se/?q=node/5245> [02.03.2014].

<http://www.reklammusik.se/?q=node/6105> [02.03.2014].

<http://www.scoortertechno.com/de-1-2-4-4-Biografie.html> [02.03.2014].

<http://www.secretservicemusic.ru/en/content/history> [03.03.2014].

<http://www.simfy.de/start> [03.03.2014].

<http://www.smok.se/om-smok/statistik> [03.03.2014].

<http://www.smok.se/sites/smok.se/files/pages/stat1997.pdf> [03.03.2014].



<http://www.stephan-remmler.de/Trio/> [03.03.2014].  
<http://www.tedherold.de/fenster2.html> [02.03.2014].  
<http://www.thehivesbroadcastingservice.com/band.php> [02.03.2014].  
<http://www.thelords.de/> [02.03.2014].  
<http://www.the-scorpions.com/german/history.asp> [02.03.2014].

### **Film/Fernsehen:**

Hebestreit,, Henner: ZDF Auslandsjournal. 22.05.2013.

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1901674/Das-schwedische-Pop-Wunder#/beitrag/video/1901674/Das-schwedische-Pop-Wunder> [03.03.2014].

N’Goma, Pierre: Thank You For The Music – 40 Jahre ABBA. Vox.  
Ausgestrahlt am 31.12.2012.

Toazted: Basshunter interview. Youtube. 09.11.2011.

<http://www.youtube.com/watch?v=ViDZYeg4iKo> [03.03.2014].

## 9 Anhang

### Anhang 1: Vergleich der Tonträgerverkäufe

Värdet av försålda fonogram år 1976 i olika länder (detaljhandelspris)

Land	Försäljningsvärde i miljoner US \$ (detaljhandelspris)	Försäljningsvärde per invånare US \$
USA	2737	13
Japan	738	6
Tyska förbundsrepubliken	700	12
Frankrike	583	11
Storbritannien	430	8
Kanada	295	13
Australien	160	12
Brasilien	156	1
Sverige	147	18
Italien	143	3
Nederländerna	126	9
Mexico	114	2
Spanien	80	2
Belgien	73	7

Land	Försäljningsvärde i miljoner US \$ (detaljhandelspris)	Försäljningsvärde per invånare US \$
Schweiz	60	9
Argentina	54	2
Österrike	53	7
Danmark	51	10
Norge	46	11
Sydafrika	42	2
Finland	35	7

Quelle: Kulturrådet 1979, S. 41.

## Anhang 2: Anfrage beim Statistischen Bundesamt

Sehr geehrte Frau Imken,

vielen Dank für Ihre Anfrage zur EUROPÄISCHEN Statistik vom 7. August 2012.

Daten zum Export von Musik stehen in der Eurostat Online Datenbank nicht zur Verfügung.

Alternativ gibt es in der EU-Kulturstatistik Daten zum Export von Kulturgütern:

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/culture/data/external\\_trade\\_cultural\\_goods](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/culture/data/external_trade_cultural_goods)

Hinweise zur Methodik des Außenhandels mit Kulturgütern finden Sie unter folgendem Link:

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/culture/methodology/external\\_trade\\_cultural\\_goods](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/culture/methodology/external_trade_cultural_goods)

Weitere EU-Außenhandelsdaten finden Sie in der Online Außenhandelsdatenbank von Eurostat. Unter dem folgenden Link können Sie die Daten kostenfrei herunterladen:

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/international\\_trade/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/international_trade/data/database)

Wählen Sie den folgenden Bereich aus:

-Internationaler Handel

--Internationaler Handel - detaillierte Daten (detail)

Dort finden Sie die Daten in der Tabelle:

- EU27 Handel nach CN8 seit 1988 (DS\_016890)

**\*Wichtiger Hinweis\***

Die Dimensionen der Tabelle müssen MANUELL zusammengestellt werden. Nach dem Öffnen der Tabelle klicken Sie auf "Daten auswählen". Wählen Sie aus den Rubriken (GEO, TIME etc.) die Sie interessierenden Variablen. Über die Schaltfläche "Aktualisieren" bestätigen Sie die Auswahl. Jetzt können Sie die Tabelle über die Schaltfläche "Herunterladen" abspeichern. Die Auswahl "Komplette Datenextraktion" gewährleistet die Übertragung ALLER vorab ausgewählten Variablen. Weitere Bearbeitungshinweise finden Sie unter "Demo".

Eine Übersicht aller Warennummern finden Sie unter folgendem Link:

<http://www.eds-destatis.de/de/method/class2.php>

Methodische Informationen zur Tabelle sind in den METADATEN enthalten, die Sie über das blaue "M" im Tabellenauswahlfenster oder im Verzeichnis-

baum der Datenbank erreichen. Weitere Informationen erhalten Sie auf den Einleitungsseiten zu jeder Statistik. Wir empfehlen Ihnen insbesondere "Statistics Explained", das WIKI von Eurostat.

Wir hoffen, dass wir Ihnen weiterhelfen konnten.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

Andreas Schilbach

Statistisches Bundesamt

i-Punkt Berlin

EDS Europäischer Datenservice

Tel: +49(0)30 18 644 9427

Web: [www.eds-destatis.de](http://www.eds-destatis.de)

Mail: [www.destatis.de/kontakt](http://www.destatis.de/kontakt)

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Eurostat Disclaimer: [http://ec.europa.eu/geninfo/legal\\_notices\\_de.htm](http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_de.htm)

---

Wir sind telefonisch montags bis donnerstags von 9:00 bis 17:00 Uhr und freitags von 8:00 bis 15:00 Uhr zu erreichen. Diesen Service bieten wir allen deutschsprachigen Nutzern im Auftrag von Eurostat an.

Um Ihre Anfrage zügig beantworten zu können, haben wir Ihre Angaben wie Namen und Adresse elektronisch gespeichert. Für weitere Anfragen halten wir diese Angaben intern - ausschließlich zum Zwecke der Kundenpflege - vor. Falls Sie damit nicht einverstanden sind, bitten wir um Mitteilung.

### **Anhang 3: Anfrage beim Statistischen Bundesamt**

Statistisches Bundesamt  
G3-Außenhandel  
65180 Wiesbaden  
<https://www.destatis.de/>  
Tel. 0611/75 24 81  
<http://www.destatis.de/kontakt>

Sehr geehrte Frau Imken,

vielen Dank für Ihre Anfrage vom 7. August 2012.

Leider liegen uns zu Ihren Datenwünschen keine Angaben vor.

Da bei den bespielten Aufzeichnungsträgern nicht nach dem Inhalt unterschieden wird.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne wieder zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

Anke Markert

---

Wir sind telefonisch von montags bis donnerstags von 8:00 bis 17:00 Uhr und freitags von 8:00 bis 15:00 Uhr unter der Infoline 0611 75 2405 zu erreichen. Schnell und komfortabel geht es auch über unser Kontaktformular im Internet unter [www.destatis.de/kontakt/](http://www.destatis.de/kontakt/)

Um Ihre Anfrage zügig beantworten zu können, haben wir Ihre Angaben wie Namen und Adresse elektronisch gespeichert. Für weitere Anfragen halten wir diese Angaben intern - ausschließlich zum Zwecke der Kundenpflege - vor. Falls Sie damit nicht einverstanden sind, bitten wir um Mitteilung.



## Anhang 4: Einnahmen aus Urheberrechten

Upphovsrättsliga exportintäkter år 2011, Mkr.

	2011	2010	Förändring
Framföranderättigheter	326	298	+10 %
Onlineintäkter	17	11	+48 %
Mekaniska rättigheter	105	101	+4 %
Synkroniseringsrättigheter med mera	38	34	+13 %
Grafiska rättigheter med mera	16	16	-1 %
Totalt	502	460	+9 %

Quelle: Portnoff/Nielsén 2012, S. 24.

## Anhang 5: Handelsbilanz

Negativ handelsbalans år 2011.

Hur många gånger större är ”importen“ än ”exporten“?

USA 3,9

Storbritannien 2,3

Kanada 2,0

Frankrike 1,1

Quelle: Portnoff/Nielsén 2012, S. 25.

## Anhang 6: Budget von NOMEX

Expenses	Budget DKK	Budget EUR
Development & production	790.000	106.040
Project management	1.000.000	134.228
Meeting and conference expenses	450.000	60.403
Travel costs for bands & project managers	1.360.000	182.550
Marketing, equipments purchases and other costs	300.000	40.268
Administration	100.000	13.423
Total	4.000.000	536.913

Quelle: NOMEX 2013, S. 5.

# Der Erfolg des schwedischen Musikexportes

Heike Imken

Schweden gilt als drittgrößter Musikexporteur der Welt. Die interdisziplinäre Arbeit befasst sich mit den Gründen für diesen außergewöhnlichen Erfolg. Mithilfe einer vergleichenden Studie zum Musikexport und zur Geschichte der populären Musik Schwedens und Deutschlands sowie einer Fragebogenuntersuchung soll die Frage nach den Gründen für den Musikexporterfolg beantwortet werden. Die Dissertation setzt sich zum Ziel, aufzuschlüsseln, wie es zum Erfolg des schwedischen Musikexportes kam, wie groß dieser Erfolg ist und welche Auswirkungen die Tatsache hat, dass sich Schweden seit den 90er Jahren einen Namen als drittgrößter Musikexporteur der Welt gemacht hat. Die schwedische Musikgeschichte und das schwedische Musikexportphänomen werden in dieser Arbeit in Kontrast zu dem Vergleichsland Deutschland gesetzt. Ziel ist es, zu erforschen, welche Faktoren eine Rolle für den Musikexporterfolg spielen und wie die Länder ihren Musikexport steigern können.

ISBN 978-3-8405-0115-9

EUR 24,10

02410

