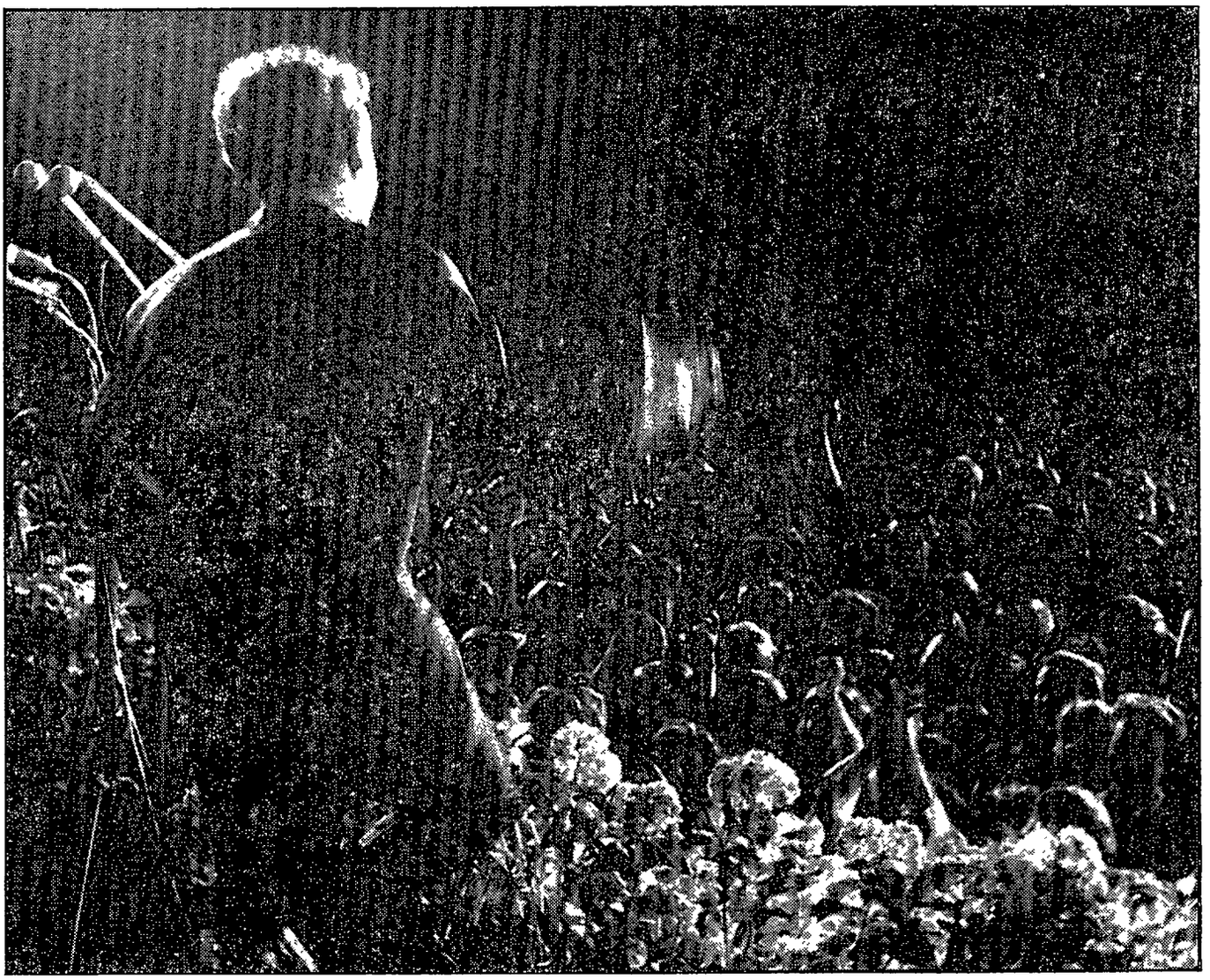


Schlagersänger **Kraus**, Schlagerfreunde: Musik für Millionen, Millionen für Musik

SCHALLPLATTEN

SCHLAGER

Wer ist „tu"?

(siehe Titelbild)

Dumpfe Tumbaschläge, jaulende Hawaii-Gitarren, scheppernder Rhythmus. Unvermittelt schallert ein gemischter Chor:

Wini-Wini Wini-Wini
Wana-Wana Wana-Wana

Mandolinen klirren, die Sänger holen hastig Luft, legen wieder los, schmetternd wie Wandervögel auf ihrem Elternabend:

Die Trommel ruft zum Tanz.
Nimm dir den Hochzeitskranz.

16mal werden die neun Worte mit „Wini" und „Wana" verbrämt, ebenso die nächsten Reime:

Es scheint der Mond so rot.
Steig in das weiße Boot.

Das ist der Anfang einer neuen deutschen Schallplatte, die nach dem Willen ihrer Produzenten eine Tanz- und Schlagermode bescheren soll: Tamouré*.

In die 60 Meter lange Rille der Tamouré-Platte sind zu angeblichen Südseeklängen insgesamt 72 verständliche Worte eingeritzt, außerdem 64-mal „Wini" und „Wana". Verantwortlich für die mattsinnigen Reime und die zickige Weise: das deutsche Duo Heinz Hellmer und Wolf Petersen.

Bereits im April dieses Jahres erreichte die Vermählungs-Schnulze mit Südsee-Sound Spitzenplätze in deutschen Bestsellerlisten und Schallplatten-Abrechnungen. Ihre Karriere demonstriert, wie heute Schlager-Erfolge in Westdeutschland konstruiert werden.

Das Lied der Südsee gabelte der Berliner Nachwuchsverleger Peter Meisel, Sohn des Evergreen-Komponisten Will Meisel („Lustiges Wien"), an der Seine auf. Meisel: „Ich habe sofort die kommerziellen Möglichkeiten gesehen." Er meint damit auch, daß der Urwaldsong als ungeschütztes Lied ehemaliger Kopfjäger importiert werden konnte. Alle anfallenden Tantiemen — selbst die Anteile für Musik — dürfen sich also die deutschen Bearbeiter teilen.

Meisel ließ die freie Urwaldweise nun von Wolf Petersen aus Hamburg und Heinz Hellmer aus Baden-Baden textlich und musikalisch zurechthobeln, ohne daß die Künstler je zu gemeinsamem Schaffen zusammentrafen. Und obwohl die kompositorischen Fähigkeiten von Hellmer und Petersen bisher der Branche verborgen geblieben waren, wurde Peter Meisel von ihrer Gemeinschaftsarbeit entzückt: „Ein richtiges Urwald-Arrangement. Wie die sich das auf Tahiti vorstellen."

Meisel finanzierte selbst die Bandaufnahme mit den eilig ausgesuchten Tahiti Tamourés, einem Berliner Sängerkränzchen, und Polydor übernahm das Werk in ihr Repertoire. Polydor ist ein Kind der größten deutschen Schallplattenfirma, der Deutschen Grammophon Gesellschaft, die wiederum ein Siemens-Zögling ist. Polydor-Programmchef Kurt Richter weiß noch: „Die Sache machte hier Eindruck."

Kaum stand der Eingeborenen-Singsang im Startprogramm dieser vertriebsstarken Gesellschaft, zogen auch schon sechs andere Firmen das Tongemälde der Buschhochzeit nach. Unterschiedlich waren nur jeweils die braven deutschen Choristen: „Waikiki Tamourés" (Tempo), „Hawaiian Hulas" (Ariola), „Playgirl Serenaders" (Starlet), „Samoa Tamourés" (Tip).

Für die Popularisierung eines Tanzliedchens, das in Deutschland ein Gas-

* Tamouré: Angeblich ein Tanz nach tahitischen Volksweisen mit neun Figuren, darunter die Schrittfolgen Tamoucha, Insula, Rapa, Tubuai, Tamolca.

senhauer werden soll, sind zwei Voraussetzungen unerläßlich:

▷ Wenigstens einer der vierzig Plattenhersteller muß es veröffentlichen und vertreiben;

▷ Rundfunksender müssen die Platte in günstigen Programmzeiten hartnäckig einsetzen.

Die Schlager-Instanzen der elf deutschen Funkhäuser sind praktisch die Zensoren der Schallplattenindustrie; beide zusammen bestimmen Niveau und Erfolg der deutschen Schlager.

Dieser Tatsache hat Peter Meisel wohl schon bei der Auswahl seiner „Wini-Wana"-Crew Rechnung getragen:

▷ Künstler Heinz Hellmer heißt nämlich tatsächlich Monique Falk; sie ist die Frau des Programmgestalters für Tanz- und Schlagermusik beim Südwestfunk Baden-Baden, Herbert Falk;

▷ Künstler Wolf Petersen schafft unter dem Namen Jack Martin als Propagandist für die Schallplattenfirma Polydor, Spezialgebiet: Funkbetreuung;

▷ den Radio-Tele-Music-Verlag, der die „Wini-Wana"-Rechte vertritt, betreibt Meisel zusammen mit Radio Luxemburg.

Diese „theoretische Idealpolung" (Verleger Alfred K. Schacht, Hamburg) für Schlagerstarts nötigt selbst hartgesottensten Jobbern des Unterhaltungsgeschäfts Anerkennung ab. Ein Sprecher der Kölner Schallplattenfirma Electrola: „Solche Paarungen mit Senderpatenschaft muß man im Auge behalten."

Die Branche ist sich einig: Titel, die einer Zusammenarbeit zwischen einem Schallplattenmann und der Frau eines Funkbediensteten entstammen, außerdem unter dem Protektorat einer ausländischen Radiostation mit Schlager-Interessen in Deutschland stehen, sind bestens disponiert für einheimische Hit-Paraden*. Ralph Maria Siegel, Sänger, Texter, Komponist, Plattenproduzent und Verleger („Ich hab' noch einen Koffer in Berlin") beschreibt den Wert der Radiohilfe bei Plattenveröffentlichungen:

„Hörer, die ein neues Tanzlied ... immer wieder vorgesetzt bekommen und davon überzeugt sind ... daß der Rundfunk für sie nur das Beste ... auswählt, sind dem Sender am Schluß sogar noch dankbar, daß er ihnen immer wieder die inzwischen zur ‚Lieblingsmelodie' gewordene Weise bringt ..."

Wenn nun von der Tahiti-Schnulze wirklich — wie Meisel behauptet — schon 350 000 Platten verkauft sind, können nach Schätzungen allein aus diesem Geschäft

▷ das Hellmer-Petersen-Duo 28 000 Mark (jeder 14 000 Mark) und

Musik-Verleger **Siegel**
„Was da geschoben wird, ist kriminell"

▷ Meisel mit Radio Luxemburg ebenfalls 28 000 Mark

einstreichen. Außerdem sind für Autoren und Verleger Tantiemen bei jeder Aufführung des Liedchens im Hörfunk, im Fernsehen oder in Lokalen fällig, und schließlich erhält Meisel von der Polydor für jede Platte Produzenten-Lizenzen.

Der letzte Schlüssel, nach dem Tantiemen verteilt wurden, brachte den Urhebern einer Drei-Minuten-Melodie rund

▷ 900 Mark für eine Abendsendung im Fernsehen (einschließlich der Bildrechte),

▷ neun Mark für die Übertragung durch einen Hörfunksender,

▷ 25,8 Pfennig für die Aufführung in einem Großstadt-Tanzlokal,

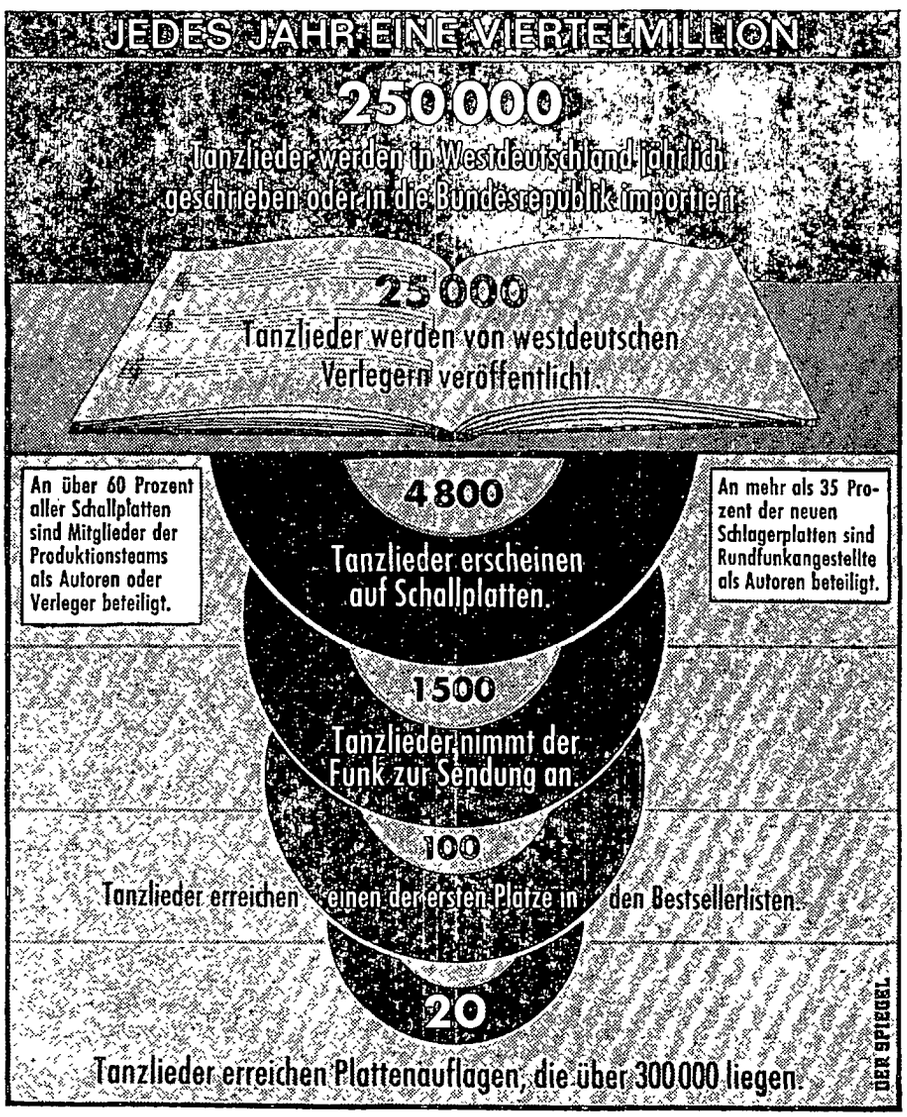
▷ 16,15 Pfennig für jede verkaufte Schallplattenseite.

Angesichts dieser Gewinnaussichten jubiliert „Wini - Wana" - Teildichter Petersen: „Der liebe Gott hatte mit uns Einsehen und schenkte uns einen Hit."

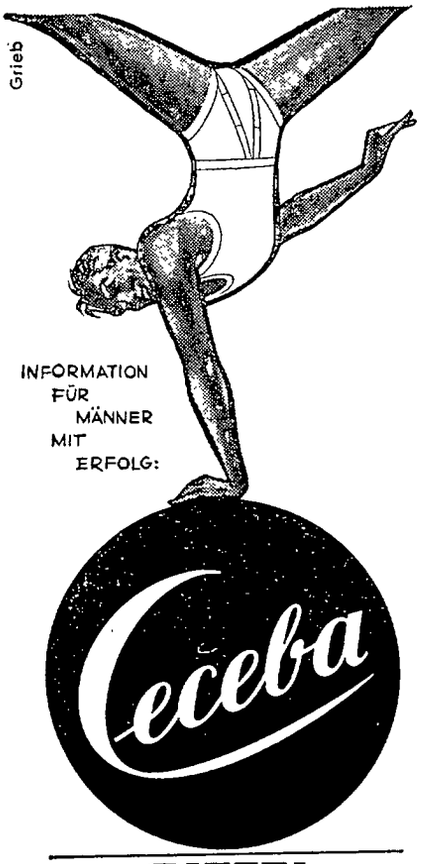
Der Hit ist da, der liebe Gott jedoch war daran nicht beteiligt. Der Insel-Song rückte vielmehr auf eine Spitzenposition der Hit-Listen, weil die für den Tamouré-Start zusammengetrommelte Meisel-Mannschaft jene Musikberieselungsanlage perfekt bediente, die Westdeutschlands Tanzliedkonsumenten ständig umspült und zum Plattenkauf bewegt. Günter Ilgner, Produktionsmanager für Tanzmusik der Electola-Schallplattengesellschaft, Köln: „Es hat zehn Jahre gedauert, bis die Branche es gefressen hatte, den Apparat richtig einzusetzen."

Dieser „Mechanismus zum Abschuß von Schlagerraketen" („Constanze") hat eine dreiteilige Basis:

▷ Elf deutsche Rundfunkanstalten und 44 ausländische Sender strahlen im Bundesgebiet täglich allein auf 41 Mittel- und Langwellen rund 18 000



* Hit-Parade: Regelmäßig erscheinende Aufstellung der beliebtesten Schlager; die von Fachzeitungen nach Untersuchungen des Schallplatten-Umsatzes, des Rundfunk- und Musikbox-Einsatzes ermittelt wird.



SITZT!

Die Wäsche mit dem Sitz führen gepflegte Fachabteilungen auch in Selbstbedienung. Merken Sie sich die leuchtende, orangefarbene Packung mit dem Handstand! Adr. von Ceceba: 746 Balingen (Württ.) Ruf 07433-71 41/42

Tanzkapelle in der Bar
„Was der Funk totschweigt ...

Minuten lang Unterhaltungsmusik aus. Sie erreichen etwa 75 Prozent aller Einwohner.

Schlagertexter Carl-Ulrich Blecher („Hello, Mary-Lou"), Berlin: „Det ist der wichtigste Startplatz, denn die Trommelfelle werden permanent jekitzelt, in jeder Lage — ooch noch im Bett."

▷ 60 000 Musikboxen nudeln in Kneipen im Jahr rund 20 Millionen Liedchen für 2,2 Milliarden Hörer.

Plattenproduzent Hans - Jürgen Früchtnicht, Hamburg: „In alkoholgeschwängerter Luft gehen Schlager unter die Haut."

▷ Rund 6000 Kapellen und Alleinunterhalter fiedeln in Restaurants, Varietés und Bars.

Ufa-Musikverleger Rudolf Förster, München: „Diese Männer machen Evergreens."

Die „Dauergefühlswäsche in allen Lebenslagen" (Informationsdienst „Musik", Hamburg) hinterläßt bei allen Generationen Wirkung: „Was häufig genug gespielt wird, prägt sich ein" (Ilgner, Electrola), und „was sich einprägt, bringt Geld" (Förster, Ufa).

Die direkten durch Musik beeinflußten Geschäfte der deutschen Vergnügungsindustrie zählt Gema-Generaldirektor Dr. h. c. Erich Schulze für 1961 zusammen*:

▷ Schallplatten für etwa 160 Millionen Mark erschienen unter 206 Etiketten;

▷ Plattenspieler im Wert von 62,1 Millionen Mark wurden produziert;

▷ Musikautomaten schluckten rund 72 Millionen Mark.

Für in- und ausländische Komponisten, Texter und Verleger, deren Musik in Westdeutschland gespielt wurde, sammelte die Gema für das letzte Abrechnungsjahr 92,5 Millionen Mark ein und verteilte 78,3 Millionen Mark. Das meiste davon floß an die Schlager-Teams.

Die indirekten Umsätze, von Musikauswertern (Geräte-Industrie, Rundfunk, Fernsehen, Film) erzielt, werden in Westdeutschland auf etwa vier Milliarden Mark taxiert. In den USA rangiert das Musik-Busineß gleich hinter dem Stahl- und Ölgeschäft; in Frankreich vor der Mode.

Mit sinnigen Bildern illustriert „Musik"-Herausgeberin Agnes Törsleff, Hamburg, die Schlagerbilanzen deutscher Schallplattenfirmen, die von Hits wie „Wini-Wana" leben:

„Im abgewickelten Zustand aneinandergehängt, erreichen die Rillen der 33 Millionen großen und kleinen Schallplatten mit Unterhaltungsmusik, die im vergangenen Jahr umgesetzt wurden, eine Länge von 6 209 750 Kilometern. Das ist achtmal die Entfernung von der Erde zum Mond und zurück. Ein Saphir würde 600 Jahre brauchen, um sie abzutasten."

Die Kataloge mit dem etwa 5600 Seiten umfassenden Gesamtangebot der fünf großen Plattenfirmen wogen elf Pfund. 1962 veröffentlichten die Gesellschaften 43 700 Aufnahmen, die meisten mit simpler Unterhaltungsmusik, darunter etwa 4800 neue Schlager.

Rundfunkhörer im Grünen
... sind Schnittmuster ...

Aus dem Massenangebot der Schallplattenindustrie, die alle zwei Stunden eine neue Tanzlied-Aufnahme (Schlager) veröffentlicht, schnipseln an elf deutschen Sendern Programmgestalter nun 1500 bis 1800 Titel im Jahr zu Musikprogrammen zusammen. Nur höchstens 700 bis 1000 dieser Nummern sind so häufig zu hören, daß sie sich überhaupt einprägen können.

Was also den Männern mit der Schere bei den Sendern nicht gefällt, erreicht die Hörer nie. Diese Monopolstellung ist selbst Zeitschriften-Mütterchen „Constanze" aufgefallen: „Platten, die der Funk totschweigt, taugen bestenfalls noch als Schnittmuster für Eierkuchen."

Die Folgen der radikalen Auswahl schlagen sich in den Statistiken der Musikbranche nieder:

102 Schlager kamen letztes Jahr auf die ersten 20 Plätze der monatlichen Hit-Paraden in deutschen Schlager-Fachzeitschriften. Nur etwa 20 Titel wurden,

* Gema: Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte. Sie kassiert für jede Musikveröffentlichung Tantiemen und schüttet sie an Autoren und Verleger aus.

wie Händler schätzen, in Deutschland jeweils über 300 000mal auf Platten verkauft (siehe Graphik Seite 96). Darunter war keiner, der nicht gleichzeitig durch Funk und Musikboxen verbreitet worden war.

Die Spielregel, daß Musik erst auf Platten erscheinen und durch den Funk propagiert werden muß, bevor daraus Schlager werden, ist vor 18 Jahren eingeführt worden. Die Erfinder dieser Methode kamen im Troß der US-Armee, für die GIs der Invasionstruppen an Isar, Main, Neckar und Rhein rund zwei Dutzend Sender installierten. Über diese Berieselungsanlage sendeten Amerikas Schlagermacher für Uniformierte und Zivilisten Besatzer-Rhythmus von Schallplatten.

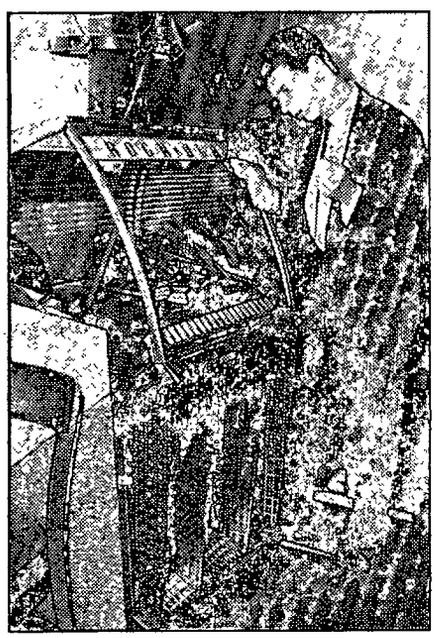
Bis 1945 hatten die Deutschen ihre Gassenhauer dosiert aus Berlin bezogen — von Salonorchestern, Tonfilmen und Operettentheatern. Ende 1945 brach die neue konservierte US-Musik — als zweite Invasion — unkontrolliert herein wie ein Orkan. Geblasen wurde täglich aus den AFN-Studios München, Nürnberg, Kaiserslautern, Frankfurt, Berlin, Stuttgart und Bremerhaven. Schlageramerikanisch wurde zur zweiten Landessprache der Besiegten*.

Die Kolonisatoren hatten eine perfekte Organisation für Musikverbreitung. Ihre Verleger gaben die Tanzlieder der Schallplattenindustrie, die Plattenfirmen versorgten den Funk, die Fachzeitungen „Billboard" und „Cash Box" registrierten die Knüller aus den Musikboxen und den Schallplattenläden in einer „Parade der heißen Hundert". Das waren Weisen, die von Amerikanern mit Vorliebe gehört wurden.

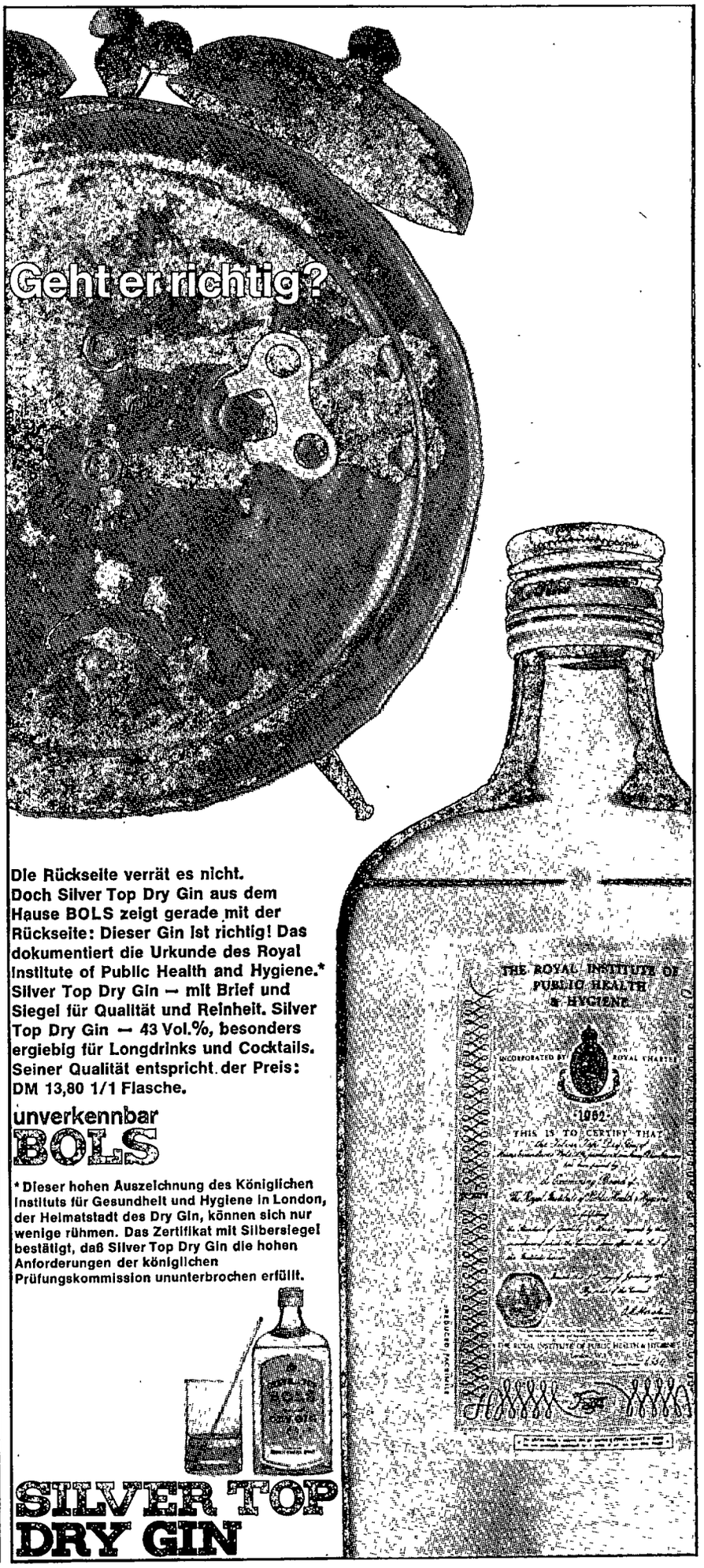
AFN-Disk-Jockeys verkündeten in der ganzen westlichen Welt diese Hit-Listen so absolut wie einst Missionare die Zehn Gebote bei Negerstämmen. Die westliche Welt wurde amerikanische Schlagerkolonie.

Und die Deutschen, nach totalem Krieg zur totalen Kapitulation bereit,

* AFN (American Forces Network): Amerikanischer Sender für die Armee; Zentrale: Frankfurt-Höchst.



Musikbox in der Kneipe
... für Eierkuchen"



übernahmen sklavisch alle Takte, die ihnen 38 Soldatensender einbleuten: Swing (1945), Boogie-Woogie (1946), Samba (1950), Mambo (1952), Calypso (1956), Cha-Cha-Cha (1957), Rock'n'Roll (1958), Dixieland (1961), Twist (1962).

Die deutschen Schlagerbastler und Plattenritzer kamen nach dem Kriege erst zum Zuge, als nach jahrelanger Spülung mit Siegermusik die Trommelfelle deutscher Hörer ganz auf US-Sound gespannt waren. Auch für die einheimischen Schlagermacher galt das Reglement, das die Amerikaner eingeführt hatten: Musik wird konserviert verkauft.

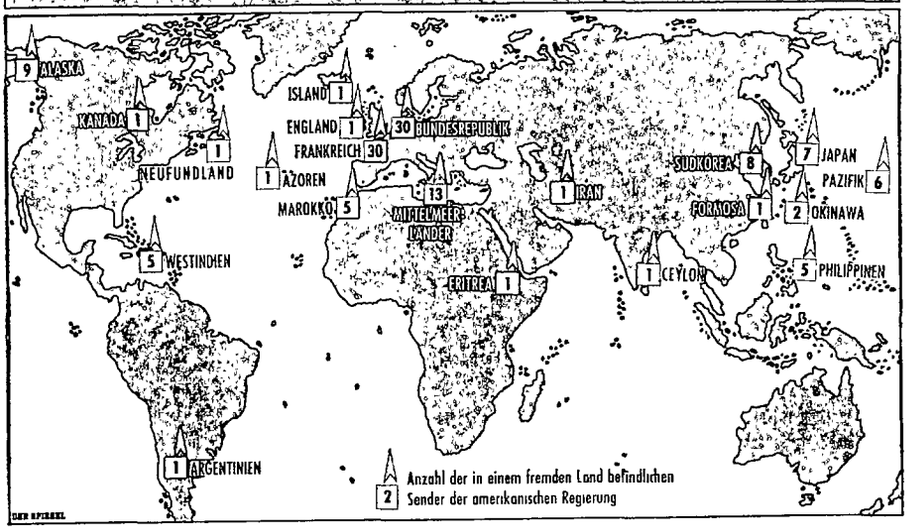
Arbeiter-Gigli Rudi Schuricke schmetterte unter solchen Bedingungen kurz nach der Währungsreform trotzig die erste hausgemachte deutsche Weise gegen die AFN-Wellen an: „Wenn bei Capri die rote Sonne im Meer versinkt". Diese süße Nachkriegsschnulze der deutschen Branche war schon 1943 von Gerhard Winkler (Musik) und Ralph Maria Siegel (Text) geschrieben und von Polydor produziert worden. Sie hatte sechs Jahre auf Eis gelegen.

Unter dem himbeerroten Polydor-Etikett aus dem Hause Deutsche Grammophon Gesellschaft, das allein Plattenpressen über den Krieg hinweg gerettet hatte, kam das Liedchen auf großen Schellackplatten heraus, die der Siemens-Vertrieb offerierte. Gleich hinterher schoß Polydor einen Cowboy-Song, den Goldy und Peter de Vries absangen: „Von den blauen Bergen kommen wir" (1949, erstmals 100 000 Auflage).

Diese zwei Erfolgsheuler legten die Linie der deutschen antiamerikanischen Schlagermasche für Jahre fest: Italien-Kitsch, gemischt mit Western-Romantik. Die mächtigsten Produzenten dafür wurden Gerhard Mendelson (Wien) mit Wildwest-Orientierung und Kurt Feltz (Köln) mit Südeuropa-Trend. Beide haben feste Verträge mit Polydor und lieferten zunächst den größten Teil des

Schlager-Produzent **Feltz**
Orden für Italien-Kitsch

130 US-STATIONEN IM SCHLAGER-KRIEG



deutschen Musikangebots auf Schallplatten, engagierten nur Solisten, die einander keine Konkurrenz machten, waren in der Auswahl ihrer Titel klar getrennt, obendrein geschäftlich liiert.

Die gesamte deutsche Schallplattenindustrie verkaufte bis 1950 rund 13 Millionen Schallplatten; davon etwa

- ▷ Deutsche Grammophon/Polydor 45 Prozent,
- ▷ Electrola 20 Prozent,
- ▷ Telefunken 20 Prozent und
- ▷ die restlichen Firmen zusammen 15 Prozent.

Vom stärksten Gespann auf dem Markt, dem Rhein-Donau-Duo Feltz/Mendelson, lernte die breite Öffentlichkeit zunächst die deutsche Hälfte kennen, den Italien-Bedichter Kurt Feltz.

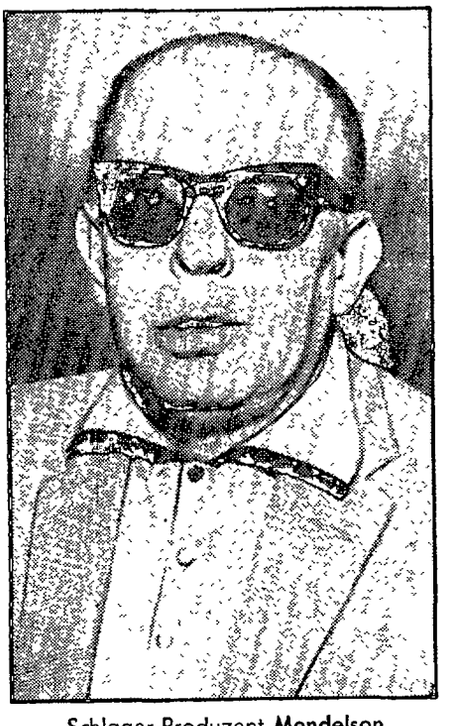
Diesen Kurt Feltz hatte sich Intendant Hanns Hartmann 1948 ins Kölner Funkhaus geholt, wo er seinen Konkurrenzkampf mit den Amerikanern begann, die Deutschland weiterhin über die Stationen von AFN und „Stimme Amerikas" mit Musik besprühten. Feltz taktierte nach gleichem Schema: Er produzierte Tanzaufnahmen und benutzte zur Publikumsberieselung das Mikrophon des reichsten deutschen Senders mit idealen Schlagerschluckern im Kohlenpott.

Für den Funk-Unterhalter, der eine deutsche Schlagerkonfektion aufbauen wollte, sangen René Carol, Willy Schneider, Peter René Körner, Margot Eskens, Lonny Kellner und Caterina Valente „maßgeschneiderte Texte" (Feltz) fürs deutsche Gemüt. Hauskomponist Heinz Gietz, jahrelang in US-Klubs auf moderne Verkaufsmaschen gedrillt, schrieb dazu die Melodien.

Als Kurt Feltz für seine Serienherstellung mit Italien-Touch sogar von Rom mit einer Verdienstmedaille dekoriert wurde, erklärte er die Chancen im Schlagergeschäft: „Nur die wenigen, die mit beständigem Fleiß den Geheimnissen der Kombination von geistigen und technischen Produktionsmethoden nachspüren, können am Drücker bleiben."

Umsätze der Feltzschen Schlagerfabrik bestätigen diese Theorie: Anfang der fünfziger Jahre lieferte er 20 Prozent des Polydor-Schallplattenangebots und erreichte damit bis zu 80 Prozent des Polydor-Umsatzes. Er drückte nacheinander zwei Dutzend Schlager über die 100 000-Auflagen-Grenze und holte sich für das Liedchen „Rote Rosen, rote Lippen, roter Wein" die erste Goldene Schallplatte. Diese höchste Auszeichnung jeder Plattenfirma wurde damals für einen Umsatz von 500 000 Stück vergeben. Noch glaubte niemand daran, daß in Deutschland je eine Million Platten von einer Aufnahme abgesetzt werden könnten, bis 1956 Freddy Quinn (bürgerlicher Name: Manfred Petz) mit „Heimweh" als erster auch diese Hürde schaffte und damit einen neuen Maßstab für Goldene Schallplatten setzte.

Die vergoldete Schmonzette, die der schwarzhaarige Ruhr-Troubadour Gerhard Tschierschnitz (von Feltz in René Carol umgetauft) besungen hatte, wird noch immer von Polydor verkauft. Und auch Plattenlokomotive Tschierschnitz zog lange so kräftig, daß Polydor-Direktor Kurt Richter mit dem Star 1956 im Hamburger Gefängnis, wo Tschierschnitz gerade wegen Körperverletzung und Fahrerflucht einsaß, eine Vertragsverlängerung vereinbarte. Rich-



Schlager-Produzent **Mendelson**
Generalkonsul für US-Schlager

Franz Rüger
✶✶✶
Der Liebling von allen (Leo Leandros) / Und nebenbei hast du noch mich (Ingerlind) / Hawaiiana Melodie (Caterina Valente) / Ich lese abends keinen Krimi (Dany Mann)
✶✶ Mr.Casanova (Siw Malmkvist) / Siebentausend Rinder (Peter Hinnen) / Heut' drehn wir mal ein Ding, Marcel (Eddie Constantine und Elga Anderson) / Senor (Angelina Monti)
✶ Ich steige dir aufs Dach (Francoise Hardy) / Ein Grund zum Küssen (Peter Weck) / Wenn ich ein Cowboy wär' (Martin Lauer) / Ja, die

Elmar Zimber
✶✶✶
Hawaiiana Melodie (Caterina Valente) / Yippee Yeh Tamouré (Colorado Skiffle-Boys) / Knallbonbon (Chris Howland) / Sailor Boy (Gerd Böttcher und Detlef Engel)
✶✶ Mexico (Peter Hinnen) / Buona Notte (Rocco Granata, Angelo Biondi) / Marcel (Margot Eskens) / Peter und Lou (Françoise Hardy)
✶ Baby-Doll (Die Tramps) / Flüstertango (Eddie Constantine) / Es war nicht so gemeint (Charles Aznavour) / Ich lese abends keinen Krimi (Dany Mann)

Herbert Falk
✶✶✶
Flustertango (Eddie Constantine) / Meine Braut, die kann das besser (Gerd Böttcher) / Blacky (Sacha Distel) / Knallbonbon (Chris Howland)
✶✶ Sag nur drei Worte (Lolita) / Geh nie mehr nach El Paso (Klaus und Wolfram) / Ich bin rund und gesund (Illo Schieder) / Buona Notte (Rocco Granata)
✶ Mario, Mario (Ann-Louise Hanson) / In der Cantina Mexicana (Leo Leandros) / In meinen Träumen (Brenda Lee) / Laß mein Herz nicht weinen (Imca Marina)

Schlager-Empfehlungen der Programmgestalter **Rüger, Zimber, Falk** im „Musikmarkt": „Die Kohlen müssen stimmen"

ter: „Der einzige Kontrakt unserer Firma, der hinter Gittern abgeschlossen wurde."

Schlagerproduzent Feltz auf dem Rundfunksessel wurde von Konkurrenten mit Prozessen und Korruptionsvorwürfen überhäuft. Mürbe von den Daueranriffen, trennte Feltz sich 1950 freiwillig vom Mikrophon. Als der Funk-Demissionär auch als freier Produzent auf Radiowellen schwamm, formierten sich seine Gegner zu einem massiven Anti-Feltz-Block. Auch Werner Egk („Marsch der deutschen Jugend") reihte sich ein; ihn benutzten die Kritiker als Aushängeschild. „Hör zu"-Chefredakteur Eduard Rhein — selbst im Operettengeschäft mit Texten vertreten — war Buchhalter, der zusammen mit Branchenkundigen von 1950 bis 1958 die Feltz-Ausstellungen im Kölner Sender fleißig notierte:

▷ Feltz-Filmlieder wurden beim WDR 631mal häufiger gesendet als Filmmelodien von Werner Müller, dem Chef des Rias-Tanzorchesters.

▷ An 29 Schlagern in drei Kölner Fernsehsendungen war Feltz 46mal als Autor oder Produzent beteiligt.

▷ In vier Monaten lag Feltz mit der Gesamtaufführungszahl bei seiner Heimatstation über 100 Prozent günstiger als der nächste Konkurrent.

Der deutsche Rhein und seine Freunde, nicht davon überzeugt, daß nur Qualität der Grund für diese Bevorzugung war, scheuchten abwechselnd Staatsanwälte und Richter auf den erfolgreichen rheinischen Schlagerproduzenten. Branche und Justiz mühten sich allerdings vergebens, ihn der Bestechung zu überführen. Schließlich gaben sie es auf.

Feltz verschnaufte in seiner Traumvilla bei Morcote oberhalb des Luganer Sees. Trotz der angeblichen Millionen-Verluste, die Feltz durch das Kesseltreiben erlitten hatte, ließ er sich von Eduard Rhein mit einem Photoapparat versöhnen.

Der Feltz-Feldzug hatte dennoch für alle deutschen Autoren harte Konsequenzen. Der Westdeutsche Rundfunk führte eine Kontingentierung für deutsche Texter und Komponisten ein: Jeder durfte im Monat höchstens dreißigmal auf einer Welle gespielt werden. Außerdem durften deutsche Autoren nur noch ein Pseudonym benutzen; so wurde ihr Rundfunk-Einsatz und die damit verbundene Einnahme kontrollierbar.

Programmgestalter deutscher Sender, derart durch die Kölner Affären gefesselt und eingeschüchtert, reduzierten die Sendungen heimischer Werke kräftig. Ausländische Musik dagegen, deren Einsatz niemand nachrechnete, erklang immer häufiger, und bald gaben auf deutschen Wellen die Amerikaner wieder den Ton an.

In einer Juni-Woche 1963 spielten in einem Konzert für Hausfrauen beispielsweise

▷ der Sender Freies Berlin von 122 Titeln 66 ausländische,

▷ der Hessische Rundfunk von 149 Liedern 45 ausländische,

▷ der WDR/NDR (Köln — Hamburg) von 113 Nummern 70 ausländische.

Die deutsche Schallplattenindustrie veröffentlichte auf mehr als der Hälfte ihrer Platten amerikanische Autoren, für die auf deutschen Wellen getrommelt worden war. Und die Hörer gewöhnten sich so sehr an diese Weisen, daß einige aus Protest gegen die Einstellung der Sendereihe „Teenager-Party" des Bayrischen Rundfunks „mit weißer Ölfarbe in halbmeterhohen Buchstaben an die Adamspforte des Bamberger Doms die Worte ‚Elvis Presley, mein Gott' schrieben" (Pfarrer Günter Hegele).

Nicht einmal der amerikanische Payola-Skandal*, eine Mammut-Korruptionsaffäre im Musikgeschäft, in die 207 Disk-Jockeys und 255 Sender hineingezogen wurden, wirkte sich als Importbremse aus. Bei diesem Skandal hatten US-Producer Radiomänner dafür bezahlt, daß ihre Schlager zunächst in deren Programme und dann in Hit-Paraden geschoben wurden.

In der Bundesrepublik — nach den USA das größte Plattenland der Welt — behielten amerikanische Bestsellerlisten weiterhin Gesetzeskraft; US-Schlagermacher hatten unvermindert Radiohilfe.

Die Belieferung der deutschen Schallplattenbranche mit amerikanischer Musik wird über Importeure abgewickelt, die das Einfuhrrecht für beschränkte Zeiten von US-Verlegern bekommen, wenn sie

▷ schnell Aufnahmen für Importlieder bei Plattenfirmen garantieren und

▷ hohe Vorschüsse auf potentielle Tantiemen leisten.

Die Höhe der Vorauskasse wird durch die beiden Kurszettel für den internationalen Schlagermarkt bestimmt — durch die wöchentlichen Placierungen

* Payola: Ableitung von to pay (engl.) = zahlen.

Abgedrängte Schlager-Autoren **Mösser, Bochmann, Winkler, Jary:** „Gut, aber unmodern"

Jeder Band umfasst etwa 110 Seiten, 24 farbige und zahlreiche schwarzweisse Illustrationen

- ☐ Geschichte der Luftfahrt
- ☐ Geschichte der Schiffahrt
- ☐ Geschichte der Rakete
- ☐ Geschichte der Waffe
- ☐ Geschichte der Astronomie
- ☐ Geschichte der Verkehrsmittel zu Lande
- ☐ Geschichte der Elektrizität
- ☐ Geschichte der Physik
- ☐ Geschichte der Übermittlungswege
- ☐ Geschichte der Chemie
- ☐ Geschichte der Maschine
- ☐ Geschichte der Medizin

Verlag: Editions Rencontre GmbH
5 Köln
Breite-Strasse 2-4

Leser im Ausland wollen den Gutschein direkt an den Hauptsitz Editions Rencontre Lausanne/Schweiz senden.

Gutschein

Senden Sie mir den nebenstehend angekreuzten Band

- ☐ kostenlos 10 Tage zur Ansicht
- ☐ fest als Einzelband
- ☐ fest 12 Bände zum Subskriptionspreis (Zutreffendes ankreuzen)

Herr / Frau

Strasse

Ort

(Wir bitten um Druckbuchstaben)

Preis des Einzelbandes DM 12.80
Subskriptionspreis für die 12 Bände der Reihe, pro Band DM 9.80
Zum selben Preis in allen Buchhandlungen erhältlich.

in den Hit-Listen von „Cash Box" und „Billboard".

Mit ihren Listen, deren Gültigkeit durch die weltweite Radio-Unterstützung der US-Sender im Ausland (siehe Karte Seite 101) zementiert ist, bestimmen die amerikanischen Schlagermacher, was gesungen wird. In der Bundesrepublik schöpfen sie, von eifrigen deutschen Mitverdienern (Subverleger und Subtexter) assistiert, Jahr für Jahr höhere Tantiemen ab. Branchen-Quijote Ralph Maria Siegel mosert über die Notierungen: „Was da geschoben wird, ist kriminell." Aber Siegel zahlt auch.

Im Importgeschäft des deutschsprachigen Kolonial-Territoriums fühlt sich inzwischen der Kurt-Feltz-Partner Gerhard Mendelson in Österreich — während des Krieges Uhrenlieferant für die deutsche Armee — als Generalkonsul der amerikanischen Musikbranche. Er trimmte auch den Schluckauf-Sänger Peter Kraus auf US-Linie.

Zusammen mit Polydor-Mannen hat Gerhard Mendelson die alte Feltz-Idee vom Fabrik-Team für seine Musik-Großfiliale umgekrempelt und ganz auf das von Amerika diktierte Geschäft zugeschnitten. Er beschäftigt in Wien eine Crew, die Importtitel für deutsche Schallplatten eindeutscht und im deutschen Funk placiert, ein kompliziertes, risikoreiches, aber lukratives Gewerbe. Denn der simple Schlüssel für die Verteilung von Gema-Tantiemen öffnet Verlegern und Autoren, die gleichzeitig Industrie-Producer sind, ergiebige Pfründe. Besonders eine: das Rückseiten-Geschäft.

Jede Schallplatte hat — seit „Odeon" 1904 mit dieser Neuheit auf den Markt kam — zwei Seiten mit Musikrillen. Zugkräftige US-Schlager, für die im Funk ausreichend geworben wird, können nun auf ihrem Buckel (Rückseite) unbekannte deutsche Liedchen leicht mitschleppen. Die Rückseiten-Dichter und ihre Verleger bekommen nach den Gema-Regeln genauso viel Tantiemen wie die Autoren und Verleger der Vorderseiten-Hits. Schallplattenkäufer haben sich mit dieser Regelung abgefunden. Sie kommen auch dann zur Kasse, wenn sie auf der Scheibe nur ein Lieblingslied vorfinden. Durch dieses Huckepack-Verfahren werden die Rückseiten zum großen Geschäft bei der Tantiemen-Verteilung:

16,15 Pfennig sind für eine Schallplattenseite fällig. Für einen amerikanischen Erfolgsschlager kassieren davon beispielsweise die Originalautoren und Verleger nun rund acht Pfennig und die Importeure und Dichter des deutschen Textes ebenfalls acht Pfennig. Mit diesem Lied, das Verkaufslokomotive ist, wird die A-Seite der Platte belegt.

Der Schallplattenproduzent hat nun die Möglichkeit, auf die Rückseite (B-Seite) ein Lied zu setzen, dessen Erträge ganz oder größtenteils an ihn und seine Helfer fließen. Die Endrechnung dieser geschickten Koppelung sieht dann häufig so aus:

▷ Acht Pfennig bekommen die ausländischen Autoren und Verleger, 24 Pfennig — acht Pfennig für die Beteiligung an der A-Seite und rund 16 Pfennig für die Rückseite — das deutsche Team (siehe Graphik Seite 109).

Typisches Beispiel für glückliche Rückseiten-Strategie war die Millionen-Platte „Der lachende Vagabund". Dieses Importlied brachte für den Dichter des

„DER ALTE GEIGER . . ."

Auswahl deutscher Schlagerreime

Ohne Geld gibt's keine Musik.
Die Kohlen müssen stimmen.
(Teldec)

Nur die eine Nacht erwähle mich,
küsse mich und quäle mich . . .
In der magischen Tropennacht
vor dem Frauenhaus in Algier . . .
(Philips)

Alle Pferde haben Tränen in den Augen —
so als fühlten sie, sie sterben
langsam aus . . . (Odeon)

Ein Stückchen Brot nahm ich mit in die Fremde,
ein Stückchen Brot aus Mutters Hand. (Electrola)

Hast du noch eine Zigarette, Kamerad?
Hunger und Durst tut so weh.
(Polydor)

Eine Träne fiel ins Meer —
und ein Ring hinterher. (Teldec)

Du bist mein Knallbonbon, drum hab' ich Angst vor dir, mein Schatz,
denn wenn du explodierst
und die Geduld verlierst,
dann ist zu Haus bei uns Rabatz.
(Columbia)

Der alte Bettler geht von Tür zu Tür . . .
und er denkt so oft dabei,
jedes Glück bricht leicht entzwei und dann, und dann geht's dir genauso wie mir. (Odeon)

Der alte Straßenmusikant . . .
spielt . . . ganz allein,
bis einst zu seinem Tod
für Obdach und für Brot. (Ariola)

Der alte Geiger . . . spielt Jahraus jahrein das ewig gleiche Lied.
Sein Blick geht fort in weite unbekannte Ferne,
wo er die längst vergangenen besseren Tage sieht. (Telefunken)

Der alte Lumpenhändler hat nie ein Mädchenherz betört. (Metronome)

Die alte Klofrau wischt zum letztenmal die Brille
und heimlich eine bitt're kleine Träne fort.
(Verlag Siegel — Parodie)

Schnulzen-Pfarrer **Hegele**
Mit Wumba-Tumba aufgewacht

deutschen Textes, Peter Mösser, bei der Abrechnung von 2,02 Pfennig pro Platte über 20 000 Mark. Für die Rückseite hatte Mösser nun zusammen mit Franz Thon (NDR) ein Lied geschrieben, das völlig unbekannt blieb: „Cantabamberra", für das es zunächst nicht einmal einen deutschen Verleger gab. Dafür strichen die Autoren je über 80 000 Mark ein.

Ralph Maria Siegel versichert: „Ich kenne herrliche Häuser, nur aus Rückseiten gebaut — welch geniale Architekten waren da am Werk."

Für solche Geschäfte mit Schlagern auf Schallplatten — nur durch das Zusammenspiel von Import und Produktion möglich — sind Musikmanager geeignet, die gut sortierte Mannschaften haben.

Die Polydor-Gruppe Köln-München, mit angeschlossenen Verlegern im In- und Ausland unter Leitung ihres Wiener Vorgeigers Gerhard Mendelson, demonstrierte für die Repertoire-Bildung in der Saison 1961/62 moderne Schlagerpolitik, die mit den bestehenden Urheberrechten durchaus vereinbar ist.

„Rund 600 Titel sind innerhalb von zwölf Monaten für den Polydor-Katalog aufgenommen worden" (Polydor-Sprecher Rutz). 50 Prozent davon kamen aus dem Ausland, 50 Prozent waren in Deutschland geschrieben worden. Von den 300 deutschen Schlagern kamen nun 194, also über 60 Prozent, von den Komponisten und Textern der Produktions-Crew.

Das System der Koppelung können Laien nicht mehr durchschauen, denn gelegentlich werden sogar amerikanische Lieder kopiert, um die Tantiemen-Verteilung für die Hausmannschaft noch günstiger zu gestalten. Die Stellung der Platten-Producer, die sich mit ihren selbständigen Firmen an die Schallplattenindustrie vermieten, ist so mächtig, daß die einzelnen Plattenfirmen sich von ihnen Repertoire und Koppelung vorschreiben lassen müssen.

An den 194 deutschen Liedern des Polydor-Katalogs 1961/62 waren die Haus-Dichter Kurt Feltz und Fini Busch („Seemann, deine Heimat ist das Meer") mit 88 Texten beteiligt, die Haus-Komponisten Werner Scharfenberger („Schwarze Rose, Rosemarie"), Charly Niessen („Der Mann im Mond") und Erwin Halletz („Sauerkraut-Polka") mit 83 Kompositionen. Um die 106 freien Schallplattenseiten bei dieser größten Firma balgten sich die Freien der Branche:

▷ 620 Komponisten,

▷ 140 Texter,

▷ 180 Verleger,

die als ordentliche Mitglieder bei der Gema registriert sind, außerdem 4000 Nachwuchsautoren und Verleger, die auf eine ordentliche Mitgliedschaft warten.

Die Aktivität innerhalb der Firmenställe (Feltz: „Nur so ist die industrielle Fertigung von Schlagerplatten möglich") unter Ausschluß der meisten freien Autoren bestätigt auch Ariola-Produzent Franz Schmidt-Norden, dessen Firmenchef Engleder sogar gleichzeitig als Geschäftsführer eines Musikverlags fungiert: „Die Relation von importierten zu selbstgemachten Liedern ist in allen Produktionen wohl gleich." Und darüber klagt Ralph Maria Siegel, („Unter der roten Laterne von St. Pauli"): „Die Branche steht vor der

Pudern? Ein Mann?

Jawohl. Aus ganz nüchternen und praktischen Gründen. Vor der Elektrorasur. Damit die Haut ganz trocken wird. Das muß sie. Der Elektrorasierer rasiert dann - jeder Elektrorasierer übrigens - schonender und viel angenehmer. Remington weiß das aus jahrzehntelanger Erfahrung. Puderstein von Remington (nicht fettender Puder im Stück) DM 2,90 und 4,90.

REMINGTON PUDERSTEIN
Rasierwasser – Rasierzubehör

Besitzer Goldener Schallplatten **Tschierschnitz, Petz:** Seit einem Jahrzehnt ...

totalen Diktatur durch die Schallplatten-Teams."

Eine Liste von abgehalfterten Erfolgsautoren wird von den Schlager-Demokraten als Opfer dieser Verbundwirtschaft beklagt: Michael Jary („Die Beine von Dolores"), Gerhard Winkler („Caprifischer"), Werner Bochmann („Mit Musik geht alles besser"), die im Tessin, in Bayern oder Berlin ihre reichlich fließenden Evergreen-Tantiemen verzehren. Feltz zu diesem Massenbegräbnis: „Sie sind gut, aber unmodern."

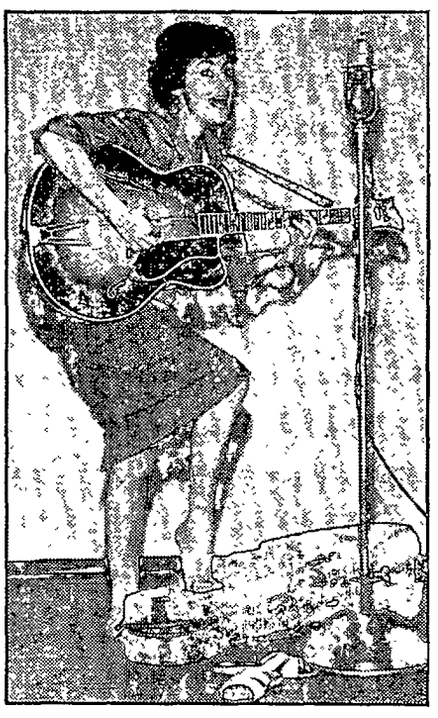
Die modernen Schlager-Kolchosen der Plattenindustrie lassen jeden fallen, der nicht am Fließband mitwirken kann. Das erfuhr auch der norddeutsche Kohlenhändlersohn Peter Mösser. Als er sich nach dem Millionen-Erfolg seiner Texte zu „Der lachende Vagabund" und „Morgen" (hierzu auch die Musik) ins Tessin zurückzog und Golfschläger schwang, kam er in Deutschland nicht mehr an den Ball.

Ist durch die Verbundwirtschaft eines Schallplatten-Teams eine günstige Koppelung von Vorder- und Rückseite durchgeführt, kommt es darauf an, daß die „amtlichen Industrie-Schaufenster", („Musik"), die Rundfunksender, die neue Konserve wirksam ausstellen.

Von allen Werken, die auf Platten erscheinen, haben nur jene die Chance, ein Hit zu werden, die auch der Rundfunk zu einem Hit macht. Die psychologische Wirkung der Dauerspülung deutscher Gehörgänge durch Rundfunkwellen mit simpel fabrizierten Bla-Bla-Reimen in gängiger Vertonung hat der Münchner evangelische Theologe Günter Hegele beobachtet. Der Schnulzen-Pfarrer gesteht ein, daß er selbst unter den Einflüsterungen des Rundfunks — trotz innerer Gegenwehr — manchmal „in der Frühe nicht etwa mit dem Gesangbuchlied im Geiste aufwacht, sondern mit dem Lied ‚Das ist der Wumba-Tumba' ".

Die wirksamen täglichen Musikprogramme der elf westdeutschen Sender schneiden 70 Gestalter zusammen; sie sind die Dekorateure der Schallplattenindustrie, und sie verteilen Millionen, denn

▷ für das Recht, die zum Teil mit hohen Kosten hergestellten Platten der Industrie abspielen (senden) zu dürfen, zahlen die elf Rundfunkanstalten (ARD) an die Industrie im Jahr 1,4 Millionen Mark (aufgeschlüsselt nach den Sendezeiten der einzelnen Firmen);



Sängerin **Caterina Valente**
... Lokomotiven im Geschäft

▷ für das Recht der Musikverbreitung führen die westdeutschen Sender zusammen jährlich an die Gema rund 15 Millionen Mark Hörfunk-Tantiemen und 3,5 Millionen Mark Fernseh-Tantiemen ab, die, ebenfalls gemäß jeweiliger Sendezeit, an Autoren und Verleger ausgeschüttet werden.

Industrie und Verleger verdienen schließlich noch am direkten Plattengeschäft, wenn die Musikredakteure der Sender durch wirksame Schallplattenprogramme den Absatz des Handels ankurbeln.

Beim täglichen Umgang mit Schallplatten entdeckten langsam immer mehr Programmgestalter — von Verlegern und Produzenten angeregt — eigenes Talent zur Schlager-Schneiderei. Bald kamen auch Frauen in die Firmen-Mannschaften. Der Bedarf an Texten aus Funkhäusern, die über Erfolg und Mißerfolg von Schlagern entscheiden, war in der Branche groß.

▷ Vom 4. April bis 3. Mai 1963 erschienen auf 35 von 90 neu herausgekommenen deutschen Schallplatten Texte von Rundfunkmännern oder deren Frauen.

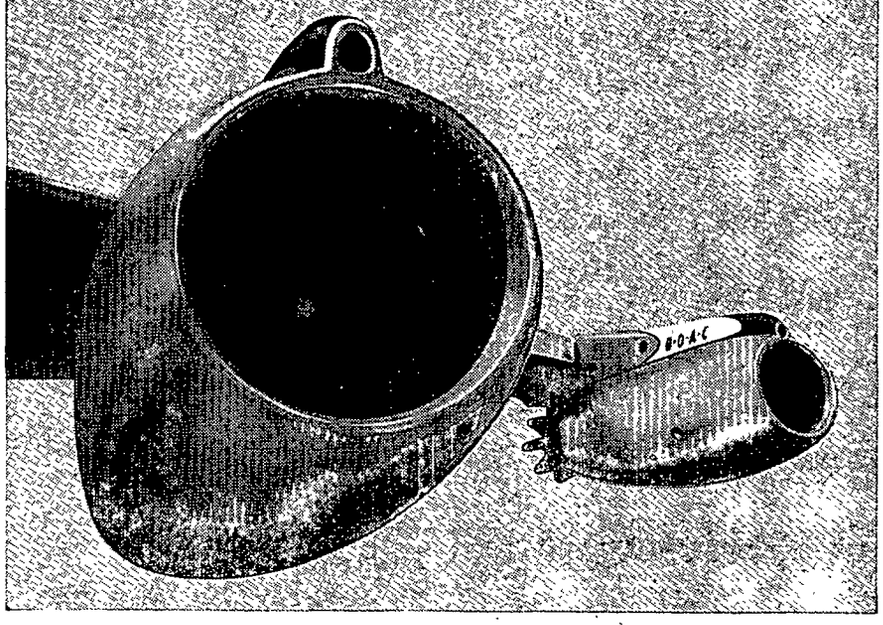
▷ In der Woche vom 12. April bis 18. April 1963 wurden auf neun von zwölf neuen deutschen Schallplatten Texte von Programmgestaltern oder deren Familienmitgliedern veröffentlicht.

▷ In einer Sommerwoche 1963 erreichten die Rundfunkdichter und deren Anhang am neuen Plattenangebot als Autoren eine Beteiligung von über 60 Prozent.

▷ In zwölf Wochen des letzten Sommers hatten sie rund 36 Prozent der

12x wöchentlich fliegt BOAC nach Bangkok

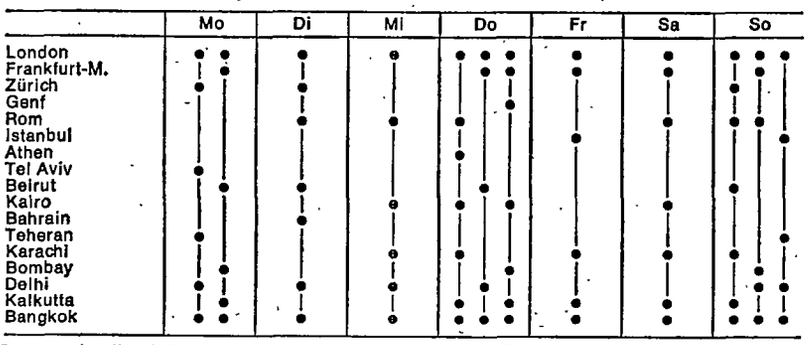
12x wöchentlich fliegen Sie besser mit BOAC



Warum? Weil BOAC Ihnen diese Vorteile bietet:

- Die längste Erfahrung im Düsenflugverkehr
- Größtes Weltstreckennetz (zusammen mit Partnergesellschaften)
- Rolls-Royce Triebwerke in allen Düsenmaschinen
- Einen perfekten und vor allem individuellen Service

Wann dürfen wir Sie an Bord einer BOAC-Düsenmaschine nach Bangkok begrüßen?



Buchung in allen IATA-Flugreisebüros, bei BEA sowie bei BOAC in Frankfurt und Düsseldorf

Sie sind gut aufgehoben bei

B·O·A·C

überall in der Welt

BRITISH OVERSEAS AIRWAYS CORPORATION
in Verbindung mit Air-India und Qantas

neuen Schlagerschallplatten, die von den großen Firmen angeboten wurden, getextet.

Producer und freie Verleger umschwärmen die Rundfunkmänner wie Provinzler Striptease-Damen nach deren Auftritt. Sogar prominente Autoren haben sich inzwischen mit Programmgestaltern oder ihren Frauen, die in der Branche schlechthin als Auflagen-Ingenieure gelten, gepaart: Kurt Feltz („Gehn Se mit der Konjunktur") mit Monique Falk, Frau des Baden-Badener Rundfunkangestellten Herbert Falk; der für seine Frau auch verhandelt; Kurt Hertha („Tanze mit mir in den Morgen") ebenfalls mit Monique Falk.

Charly Niessen („Banjo Boy"), fleißiger Komponist im Gerhard-Mendelson-Stall, ließ für seine 32 Liedchen im Polydor-Jahresangebot fast nur Programmgestalter von Rundfunkstationen mitdichten.

Rudolf Förster, Geschäftsführer des Ufaton-Verlages, von einigen Kollegen mit Recherchen beauftragt, hat die wirtschaftliche Gefahr für deutsche Autoren und Verleger durch den Reimdrang der Rundfunkmänner errechnet:

- ▷ Durch das Interesse einiger Funkangestellter an der Eindeutschung ausländischer Schlager steigt der Anteil der Importmusik in Funkprogrammen so stark, daß schon über 30 Prozent der Radio-Tantiemen an ausländische Urheber gezahlt werden.
- ▷ Unter dem Einfluß der Rundfunkübertragungen ausländischer Musik haben deutsche Kapellen die Zahl der Importtitel in ihren Programmen derart gesteigert, daß knapp 40 Prozent ihrer Aufführungstantiemen über die Grenzen fließen.

Hans-Jürgen Früchtnicht, Schallplattenproduzent in Hamburg: „Die amerikanischen Schlagermacher sind die wahren Sieger des letzten Krieges."

Opposition gegen die Reimkunst der Radio-Diener ist in der Branche dagegen unpopulär, steht dieser Dichterklub doch in dem Ruf, unliebsame Kritiker konsequent zu boykottieren. Der Kreis verschaffte sich solchen Respekt, daß Autoren, denen der Ruf anhängt, sich Sympathien der Programmgestalter verscherzt zu haben, selten oder nie mehr beschäftigt werden. Texter Carl-Ulrich Blecher („Danke für die Blumen") sollte sogar etliche Textaufträge zurückgeben, weil er mit Journalisten über diese Nebenarbeit der Programmgestalter diskutiert hatte (siehe Interview Seite 112). Daß selbst prominente Industrievertreter auf den Clan Rücksicht nehmen, belegt ein Brief des Ariola-Chefs Rudolf Engleder an den Programmgestalter des Hessischen Rundfunks Franz Rüger („Die Kohlen müssen stimmen"):

„Ich habe festgestellt, daß das Repertoire unserer Gesellschaft von Ihnen mit größter Zurückhaltung betrachtet und bearbeitet wird..." Engleder schrieb weiter, er habe erfahren, man benachteilige Ariola, weil die Personalpolitik der Firma nicht gefalle. Er bat um eine Aussprache.

Während es nun einigen Sendern dank der konsequenten Haltung der Intendanten und Leiter der Musikabteilungen gelungen ist, die Reimarbeit ihrer Mitarbeiter zu bremsen, bemühen sich andere vergebens darum. „Köln führte eine doppelte Buchführung ein" (Ilgner, Electrola), um zu verhindern, daß Hausautoren sich selbst zu häufig spielen.

Ufa-Verleger **Förster**
Geld verschwindet über Grenzen

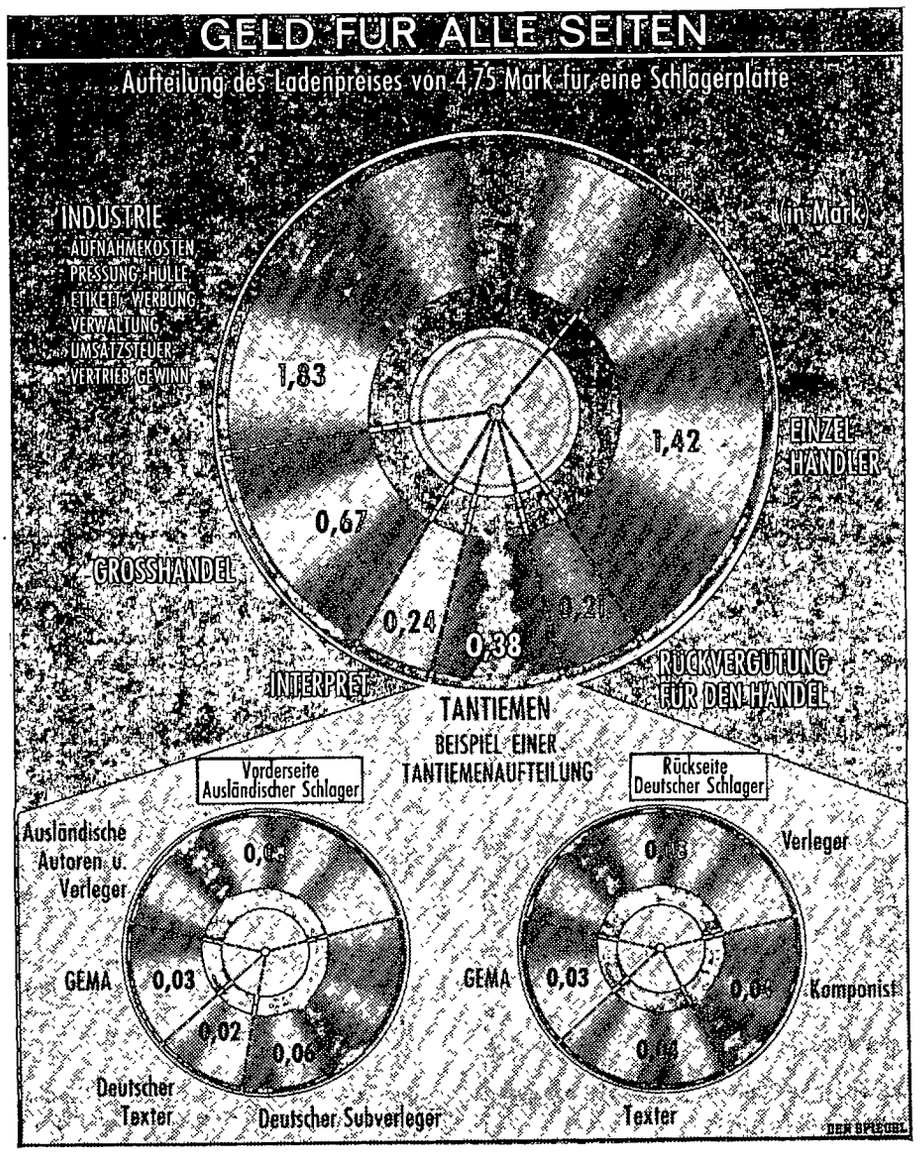
Wolfram Röhrig, gewissenhafter Chef der Abteilung Unterhaltungsmusik in Stuttgart, der seinen Sender zur Experimentieranstalt für gehobene Unterhaltungsmusik ausbaute, richtete eine „Folterkammer für die gesamte Abteilung" ein. Das sind Pflichtsitzungen im Studio, bei denen die Musikaufnahmen der Industrie vorgestellt und gemeinsam beurteilt werden. Röhrig: „Jeder hat gleiche Stimme im Rat", der die Annahme jeder Schallplatte mit Mehrheit beschließen muß.

Solche Kontrollen reichen aber nicht aus, um generell jede „privatwirtschaftliche Nutzung der Sender durch Programmgestalter" (Erich Storz, Produzent, Autor und Interpret aus dem Harz) zu verhindern.

Die Dichter an den Mikrophonen, Schlüsselfiguren für die gesamte Schlagerbranche, können Erfolgsspritzen unbemerkt verteilen — für eigene und fremde Werke. Hauskontrollen unterlaufen sie gelegentlich sogar dadurch, daß sie offen gar nicht mehr in Erscheinung treten, sondern nur noch an Einspielergebnissen beteiligt sind.

Beweise für heimliche Verrechnungen zwischen Autoren und Programmgestaltern liegen bei der Gema in München. Und daß Programmgestalter — einschließlich der Mitarbeiter des Werbefunks — sich gegenseitig um Hilfe angehen, steht in einem Brief, den Robert Fischer* aus Baden-Baden an einen Kollegen in einem anderen Funkhaus ver-

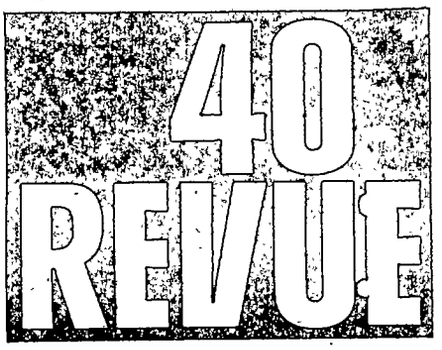
* Der Name des Absenders wurde geändert; der wirkliche Name ist dem SPIEGEL bekannt.



Deutschland-
vertraulich

Das ist die Inside-Story
der deutschen Großstädte —
ein Kaleidoskop ihrer berühmten
und berüchtigten Persönlichkeiten —
ein Röntgenbild
von Skandalen und Leistungen —
ein Streifzug
durch Gerichtshallen und Kirchen,
Industriekonzerne und
Krankenhäuser,
Verbrecherkneipen und Luxusbars.
Die Wahrheit über das Leben
in unseren großen Städten.
Das ist ein Bericht,
der Tatsachen schildert
und Namen nennt.
Der Autor ist Will Berthold.

Deutschland — vertraulich
beginnt in REVUE Nr. 40



Diese Woche im Zeitschriftenhandel

schickt hat: „Ich füge Ihnen die Platte bei ... und bin an dem Erfolg ... sehr interessiert. Bei dieser Gelegenheit lernen Sie ... gleich meine neue Privatanschrift kennen, und wenn ich etwas für Sie in meinen Sendungen tun kann, lassen Sie es mich bitte wissen."

Hans Arno Simon („Sag doch nicht immer wieder Dicker zu mir") hat ausgerechnet: Fernsehangestellte können Autoren, deren Musik sie regelmäßig zweimal in der Woche — in Umschaltpausen oder bei Bildstörungen — spielen, Einnahmen zuschanzen, die größer sind als Intendantengehälter. Simon: „Beliebt sind Schaltungen von und nach Berlin; sie dauern lange."

Honorig belohnt werden alle jene Autoren, die an Kennmelodien für Dauersendungen von Rundfunk oder Fernsehen mitgewerkelt haben; jede Sendung wird extra honoriert. Die Einleitungsmusik zur Tagesschau lieferte der Vorsitzende des Gema-Aufsichtsrats, Hans Carste.

Verleger haben ebenfalls Chancen, unauffällig Belohnungen zu vergeben:

Ein Autor darf für einen Erfolgsschlager, der als Instrumentalaufnahme im Plattenhandel schon gut läuft, nachträglich einen Text schreiben, der den Umsatz der Melodie zwar nicht mehr beeinflußt, trotzdem aber für den Dichter Tantiemen bringt. Der Textlieferant wird an allen Einnahmen für Aufführungen (Funk, Fernsehen, Kapellen, Film und Musikboxen) beteiligt, egal, ob seine Reime gesungen werden oder nicht. Und der Verleger kann außerdem verfügen, daß der Texter am gesamten Schallplattenverkauf — mit und ohne Textfassung — verdient. Ein Sprecher des Hamburger Sikorski-Verlages: „Solche Textaufträge sichern Renten."

In vier westdeutschen Funkhäusern gedeiht die Dichtkunst einiger Funkangestellter oder ihrer Frauen besonders üppig:

- ▷ Südwestfunk, Baden-Baden (Intendant: Professor Friedrich Bischoff),
- ▷ Süddeutscher Rundfunk, Stuttgart (Intendant: Dr. Hans Bausch),
- ▷ Hessischer Rundfunk, Frankfurt (Intendant: Pfarrer Werner Hess),
- ▷ Westdeutscher Rundfunk, Köln (Intendant: Klaus von Bismarck).

Eine Auswertung von 120 Schallplatten, die von Industriefirmen an Journalisten verschickt wurden, um sie besonders zu empfehlen, ergab, daß

- ▷ Monique Falk, Frau des Baden-Badener Programmgestalters Herbert Falk, auf 26 Platten,
- ▷ Franz Rüger, Programmgestalter in Frankfurt, auf zehn Platten,
- ▷ Heinz Neumann, Programmgestalter in Köln, auf sechs Platten,
- ▷ Gisela Zimber, Frau des Stuttgarter Programmgestalters Elmar Zimber, auf vier Platten

als Autoren vertreten waren.

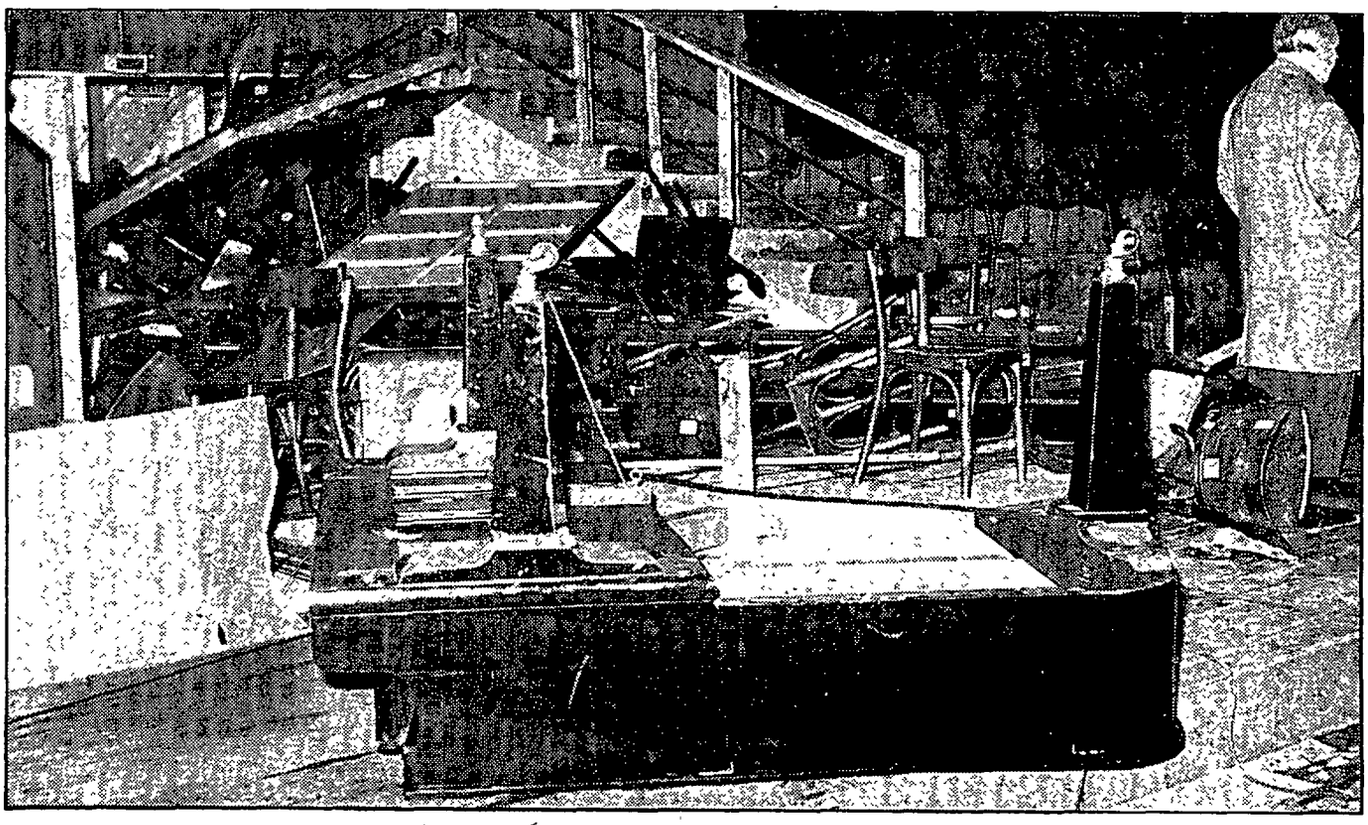
Einige Programmgestalter sind für das Schallplattengeschäft außerdem wichtig geworden, weil sie im Fachblatt „Musikmarkt" Händlern Einkaufstips für das Industrie-Angebot geben und ihre Ratschläge, die als offiziöse Rundfunkurteile im Handel gelten, mit eigenen Porträts illustrieren.

Eine Lösung der Probleme, die durch textierende Rundfunkangestellte auftauchen, hat ein Untersuchungsausschuß nach der Feltz-Affäre in Köln vor drei Jahren schon deutschen Intendanten offeriert:

„Es empfiehlt sich zur Wahrung der persönlichen Uninteressiertheit ein Verbot, daß jemand, der Anteil an Schallplattenfirmen und Musikverlagen besitzt, Angestellter oder ständiger Mitarbeiter einer Anstalt ist." Es blieb eine Empfehlung.

Warum die Entflechtung des Knäuels von Producern, Verlegern und Programmgestaltern — das Firmenbeteiligungen gleichkommt — nicht zu erwarten ist, erklärte der Berliner Musikverleger Peter Schäffers auf der Funkausstellung Berlin vor Journalisten: „Weil wir es nicht wollen."

Es ist daher absolut legal, wenn der Tamouré-Starter Peter Meisel für seine neue Urwald-Masche günstige Kombinationen auch weiterhin ausspielt, um für seine Aufnahmen ein gutes Klima zu schaffen. Nachdem „Wini-



Berliner **Sportpalast** nach Rock'n'Roll-Konzert: Musik hinterläßt Wirkung

Wana" ein gutes Geschäft war, ließ er sofort von demselben Team den nächsten Urwaldtanz harmonisieren:

Blaues Meer, weißer Sand,
ringsumher Märchenland.
Ua-Ua Umba Wu
O Tui Tui Ta Mafatu
O Tui Tui Ta Mafatu.

Der Titel dieses neuen Opus dokumentiert auf sinnige Weise erfolgreiche Teambildung: „Mafatu" setzt sich zusammen aus:

- ▷ „Ma", den Anfangsbuchstaben des Dichternamens Martin (Polydor-Mitarbeiter, Hamburg) und
- ▷ „fa", den Anfangsbuchstaben des Dichternamens Falk (Gattin des Baden-Badener Programmgestalters).

Die Branche zerbricht sich noch den Kopf darüber, wer sich hinter „tu" verbirgt.