Frank Apunkt Schneider

Deutschpop halt's Maul!

Für eine Ästhetik der Verkrampfung

testcard
zwergobst

Frank Apunkt Schneider ist unfreier Künstler, Autor und selbsternannter Poptheoretiker, Mitherausgeber der »testcard«, Redakteur bei »Skug« und außerdem der deutsche Außenposten der Kulturbewegung monochrom (www.monochrom.at). Bei Ventil erschien zuletzt »Als die Welt noch unterging. Von Punk zu NDW« (2007).

»testcard zwergobst« wird präsentiert vom Magazin »testcard. Beiträge zur Popgeschichte«. Weitere Bände der Reihe:

- Dagmar Brunow (Hg.): »Stuart Hall. Aktivismus, Pop und Politik« (Juni 2015)
- Holger Adam / Jonas Engelmann: »Ready for Jandek? Eine Einladung« (Herbst 2015)
- Jonas Engelmann: »Wurzellose Kosmopoliten. Von Luftmenschen, Golems und jüdischer Subkultur (Herbst 2015)

www.testcard.de

© Ventil Verlag UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG, Mainz 2015
Alle Rechte vorbehalten

1. Auflage Juni 2015
ISBN 978-3-95575-030-5

Lektorat: Jonas Engelmann
Gesamtgestaltung und Satz: Oliver Schmitt
Druck und Bindung: MV-Verlag

Ventil Verlag, Boppstraße 25, 55118 Mainz
www.ventil-verlag.de

Inhalt

The German Beitrag **7** • »Der Führer jetzt noch billiger!« Der klammheimliche Antifaschismus der Popkultur **10** • Jungvolk ohne Freiraum: Die Hitler- und die Swingjugend **13** • Entering the American Sector **16** • Reedutainment: Entnazifizierung durch Pop **18** • Neue Körper **21** • Die hohe Kunst der Sekundarität **24** • Die unglaublich seltsame Anwesenheit des Abwesenden **33** • Flowertime in San Franzisko **35** • The Sound of German Eigenständigkeit **40** • Heute gehört uns Kraftwerk (und morgen alles, was irgendwie cool ist) **45** • »Warum?« – The return of German Liedgut **51** • Reimportierte Entfremdung **59** • Geschichte wird zurechtgebogen **61** • Fremdwerden in der eigenen Sprache **64** • Kleindeutschland: Die gute alte BRD **67** • Öffentlich-rechtlicher Deutschpop **72** • Die Ästhetik der Verkrampfung **74** • Lebenslange Reeducation **79** • Schwarz-Rot-Grün: Die geistig moralische Popwende **84** • Skill the nation with a groove: 80 Millionen Popbeauftragte **86** • Die verspätete Popnation **89** • Ausdifferenziert wie Leder, unverkrampft wie Kruppstahl: Das Behagen in der heimischen Popkultur **92** • Der Aufstand der anständigen Popdeutschen **96** • Heimat mit Fußnoten: das innere Hemmoor **98** • WIR ist ein anderer: Die Schönheit der Verkrampfung und die Hässlichkeit der Unverkrampften **104**

The German Beitrag

»Deutschrock tötet mit Rottweilern« (FleischLEGO: *Rottweiler-Blues* [über einen nicht mehr googlebaren Vorfall im Garten von Heinz Rudolf Kunze])

Der *originär* deutsche Beitrag zur Popgeschichte lässt sich leicht bestimmen: neben Bachs wohltemperierter Stimmung, den Schubert-Liedern und einem Bayerischen Fantasiekönig wären zu nennen: *Tabaluga*, Frank Rennicke, die wirr-beknackten Outfits des späten Heinz Rudolf Kunze, mit Rockballaden unterlegte Bierwerbung, »Karl der Käfer«, ein unfassbar hässliches Akademiegebäude in Mannheim und das *YouTube*-Video von Ois Easy, die dem Volksfest Dachau mächtig einheizen: »Die Hände nach oben, Dachau … Seid ihr gut drauf … So hoch wie's geht!« (Einige heben tatsächlich nur *den einen* Arm).

Eine Popgeschichte, die auch das berücksichtigt, müsste *Encyclopaedia Britannica*-Ausmaße haben. Und eigentlich gibt es sie schon. Sie heißt *Discogs*, kennt auch Frank Rennicke, hat aber eher die Struktur einer Messie-Wohnung. Siegerurkunden verteilt sie nicht. Sie listet nur komplettistisch-stur, was es so gibt. Von Deutschland bis Kiribati.

Damit ist leider kein Staat zu machen – und erst recht keine moderne Popnation. Die in den letzten Jahren immer wieder gewälzte Frage nach dem *deutschen* Beitrag ist stets die nach dem *coolen* deutschen Beitrag. Das ist der erste Etikettenschwindel in einer langen Geschichtsklitterung, seit Pop unter Rot-Grün zur Staatsräson erklärt wurde, der nun die passenden Popgeschichten auf den Leib geschneidert werden: kleine und große, lokale wie gesamtdeutsche. In ihnen fahnden alle nach dem Beweis, dass WIR schon immer eine Popnation waren, auch wenn UNS das

erst zugestanden wird, seit WIR endlich UNSERE Geschichte verdaut haben.

Die identitäre Erzählung vom *deutschen* Pop ist heute so hegemonial, dass ihre Halbwahrheiten, Ungenauigkeiten, ja sogar die frechen und anmaßenden Lügen immer weiter verarbeitet werden: zu Waschzetteln, Promotionen, Ausstellungen und einer Kolonialpolitik, die Techno und HipHop (über den nie wirklich bestimmten Kraftwerk-Input) zum deutschen Einflussbereich erklärt. UNSER befreites Selbstbewusstsein muss eben auch auf den Straßen von New York und Detroit verteidigt werden. Die kontinuierliche Produktion deutscher Popmythen scheint nicht einmal jene Nerds aufzuregen, die sonst über jedem Zahlendreher hysterisch werden.

Gegen die Übermacht der deutschen Poperzählung helfen nur Gegenmythen und eine »antideutsche« Popgeschichte (wenn auch nicht immer im Sinne der unter diesem Begriff segelnden K-Gruppen-Mentalitäten), die der »deutschen« widerspricht.

Natürlich ist sie ebenso konstruiert wie die offizielle. Dem pophistorischen Wust aus Gerüchten, Anekdoten und Unterstellungen will sie nicht die wirkliche Wahrheit entreißen, sondern eine strategisch andere, die die Konstruktionspläne deutscher Popidentität feindlich übernimmt und (um mit dem Lieblings-Hass-Anglizismus der Deutschen zu sprechen) mit ihnen einen anderen Sinn *macht* als den allgemein durchgesetzten. Sie soll den vielleicht wichtigsten »deutschen« Beitrag freilegen: jene Verkrampfung, die sich aus dem Glück verlorener Identität und einer Entwurzelung speist, die eine zivilisatorische Errungenschaft ist; nicht nur in Deutschland, dort aber in besonderem Maße.

Die utopische Spur, die Popkultur als Alternative zu Volksgemeinschaft und Scholle einmal legte, wird von der deutschen Popidentität gerade so systematisch ausradiert, dass sie bald schon

eine weitere Zukunft sein könnte, die es nicht mehr länger gibt. Ich möchte sie noch einmal als *Denkmöglichkeit*, nicht als historische Tatsache, an der Geschichte von Pop in Deutschland nachvollziehen, für alle, die weder dieses noch ein anderes Land ihr eigenes nennen, und die aus jenen »Heimatgefühlen«, die uns allen unterkommen können, nicht den kategorischen Imperativ der Identität ableiten: *Fühle Dich stets so identisch, dass die Rahmenbedingungen dieses Gefühls Grundlage für eine allgemeine Darstellung sein können, die mehrere Wochen hintereinander die Spiegel-Bestseller-Liste anführt.*

Der nachfolgende Text ist die Extended Version eines Artikels, der für *testcard* #20 geschrieben wurde. Passagen daraus wurden bereits in *konkret*, *Phase 2* und *skug* veröffentlicht.

»Der Führer jetzt noch billiger!« Der klammheimliche Antifaschismus der Popkultur

»Tanz den Adolf Hitler!« (DAF: *Der Mussolini*)

Die Geschichte von Pop reicht viel weiter zurück als bis zu jenem Tag, an dem Elvis das Tonstudio von Sam Philipps betrat. Sie beginnt mit Reproduktionsverfahren, die eine moderne Massenkultur hervorgebracht und dabei die ideologischen Vorstellungen vom »authentischen Kunstwerk« zersetzt haben. Das hat als erster Walter Benjamin begriffen und in dezidiert antifaschistischer Perspektive in *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* beschrieben. Die Mittel dazu befinden sich allerdings bis heute in den Händen einer Kulturindustrie, die die Nachfrage nach kulturellen oder klassenspezifischen Ideologien bedient. Gerade im Deutschland des 19. Jahrhunderts befriedigte sie das Bedürfnis nach nationaler Identität. Der deutschnationale Kitsch, den sie in rauen Mengen ausspie, entwertete aber die in ihm propagierten Werte in dem Maße, wie er sie in materielle verwandelte. Jene »Gleichheit«, mit der die Kulturindustrie – wie es in der *Dialektik der Aufklärung* heißt – alles schlägt, egalisierte das elitäre Blut und den totalitären Boden, indem sie ihnen zu einem standardisierten Ausdruck verhalf: Als Trash und billiges Imitat zeigten sie nur noch ihre eigene Konstruiertheit her. Darin besteht das Dekonstruktionsprinzip der Popkultur: Die Warenform entzieht Identität und Authentizität ihre Grundlage – *das* (und nicht die in ihr gestalteten Meinungen) ist ihr politischer Gehalt. Ärgerlich nur, dass das den Popverbraucher_innen meist gar nicht auffällt.

Aber dass Bücher wie *Dürer als Führer* von Julius Langbehn heute lächerlich wirken, heißt ja noch nicht, dass sie harmlos waren. Im Gegenteil: Sie erst reicherten das ideologische

Gemisch an, das der Nationalsozialismus dann weiterverarbeiten konnte. Selbst der Antisemitismus war anfangs »nur« eine deutsche Populärkultur mit einer überaus erfolgreichen Kulturindustrie, die aus ihm jenen gesellschaftlichen Kitt machte, mit dem das Dritten Reich seine inneren Widersprüche überdecken und auch die erreichen konnte, die noch skeptisch waren. Komplette Ortsverbände der KPD wurden auf diese Weise zum Überlaufen bewogen.

Der Nationalsozialismus musste dafür aber auch die Widersprüche jener Kulturindustrie aushalten, deren Deutungen und Sinngebungen er übernahm: die nämlich der Warenform selbst. Bereits im 19. Jahrhundert hatte die vorgestanzte vaterländische Begeisterung Heerscharen von Dilettant_innen auf den Plan gerufen, die im D.I.Y.-Prinzip ihren Beitrag für die deutsche Sache leisten wollten – der sie dann auch recht gut porträtiert hat: Über den musikalischen Gestalter der deutschen Seele schwärmte die naive Dichterin Julie Schrader: »Richard Wagner heißt der Meister / Richard Wagner heißt der Held / Richard Wagner ist der Kleister / Der die Kunst zusammenhält«.

Kurz nachdem die Volksgemeinschaft 1933 installiert war, kannte sie schon kein Halten mehr. Ihre kreative Selbstverwirklichung wurde zum Nebenkriegsschauplatz des Dritten Reiches, den Bücher wie *Briefe an Hitler* und *Die Rückseite des Hakenkreuzes* dokumentieren. Die Deutschen verehrten ihren Führer als Popstar und stülpten ihm dabei jene Warenform über, die die deutsche Ideologie eigentlich zutiefst verabscheute. Als besonders schmackhafter Zuchterfolg wurde er zur »Hitlererdbeere«, als geweihter Kirchenschmuck zur Hitlerglocke (»mit Bildnis«), als modisches Accessoire zum »Adolf-Hitler-Schuh mit patentiertem Druckknopfverschluss« und mit Sahne obendrauf zur »Hitler-Torte«. Ihn zu ehren und vor den Karren des eigenen Profitinteresses zu spannen, war kein Widerspruch für ein Volk, das

als individuelle Zugewinngemeinschaft konzipiert war – zumindest im Verständnis der meisten Deutschen, denen höflich aber bestimmt Einhalt geboten werden musste. Der Führer konnte »aus grundsätzlichen Erwägungen [...] seine Zustimmung zur Verwendung seines Bildes für Reklamezwecke«[1] nicht erteilen, wie einem Schuhcremefabrikanten mitgeteilt wurde, der damit seine Dosen bedrucken wollte. Schließlich sei sein Name »viel zu hehr und heilig [...], als dass wir ihn dem Missbrauch nationalen Kitsches ausliefern lassen«[2], wie ein Standesbeamter vermerkte, der es gerade noch geschafft hatte, einem frischgebackenen Vater den Mädchennamen Hitlerine auszureden. Schon im Juli 1933 hatte die Reichskanzlei angeordnet, Namenswünschen wie Hitler, Hitlerine oder Hitlerike »nach Möglichkeit«[3] entgegenzuwirken. Eine Flohmarktverordnung wiederum regelte den Umgang mit Hitlerbildern, nachdem ein Parteigenosse Meldung erstattet hatte, ein Händler hätte sie mit dem Ausruf »Der Führer jetzt noch billiger!« beworben.

Das Volk musste zurückgepfiffen werden, bevor es Hitler in ein leeres und beliebiges Popzeichen verwandeln konnte: in jene Mischung aus Elvis und Messias, auf die die Deutschen solange gewartet hatten, um ihm endlich selbstgestrickte Socken und im Traum empfangene Warnungen (»Meiden Sie, mein heißgeliebter Führer, bitte Pappelalleen«)[4] zu schicken und die Ankunft von ihm empfangener Kinder zu vermelden. Auch wenn Hitler Autogrammwünschen immer wieder gerne nachkam, blieb sein Verhältnis zu Pop und »den Fans« immer gespannt, weil sie ihm die wirkliche Wahrheit über die germanische Herrenrasse allzu plastisch vor Augen führten.

Jungvolk ohne Freiraum: Die Hitler- und die Swingjugend

»Lange Haare, Tangoschritt / Da kommt die HJ nicht mit!«
(Spottvers)

Die Erwachsenen waren von Moderne und Popkultur längst verdorben, also wurde das Jungvolk zur nazistischen Projektionsfläche. Aus ihm sollte der neue Herrenmensch geformt werden.

Ende des 19. Jahrhunderts war Jugend eine eigenständige gesellschaftliche Kategorie geworden und mit dem Wandervogel auch eine deutsche Jugendbewegung entstanden, die nach Ausdrucksmöglichkeiten suchte und einen autonomen Raum beanspruchte. Die Nazis lösten sie auf, adaptierten aber ihr Erfolgsrezept: In Hitlerjugend und BDM, die nach der Machtergreifung zur staatlich gesteuerten Jugendkultur ausgebaut wurden, durften die Kids unter sich bleiben – unter der Aufsicht von Gruppenführer_innen, die kaum älter waren als sie. Unter Ausnutzung bestehender Generationskonflikte traten sie in Konkurrenz zur elterlichen Erziehung, der der Nationalsozialismus ja sowieso misstraute.

Bei allem fragwürdigen ideologischen Ballast, den sie im Tornister mit sich rumschleppten, war es den Wandervögeln aber stets um den Eigenwert der Jugend gegangen, die sich selbst verwirklichen wollte. Für die Nazis war sie bloß ein kriegswichtiger Rohstoff, der in künftigen Entscheidungsschlachten verbraucht werden konnte. 1935 bläute Hitler 50.000 jubelnden HJ-Angehörigen in Nürnberg ein, sie müssten »flink wie die Windhunde, zäh wie Leder, hart wie Kruppstahl« sein.

Einige Jugendliche begriffen daher schnell, dass die Nazis ihnen nichts anzubieten hatten und sammelten sich in lose organisierten Banden wie den Edelweißpiraten oder den Leipziger Meuten, um ihre Jugend an einen (keineswegs ungefährlichen) Spaß zu

verschwenden, statt zu dienen, wie ein Plakat forderte, das zum Eintritt in die HJ aufrief. Dagegen setzten sie ihr Recht auf Grenzüberschreitung und eine Kleinkriminalität, die sie bis heute vor der Vereinnahmung durch die vom Postnazismus ansonsten akribisch gepflegte Widerstandschronik bewahrt hat. Dass es unter dem Hakenkreuz auch gute Deutsche gegeben hat, lässt sich mit ihnen nämlich nicht wirklich beweisen.

Währenddessen übten Jazzfans bereits Popwiderstandsformen ein, um deutlich zu machen, dass sie weder mit den Nazis noch mit der deutschen Kultur etwas zu tun haben wollten. Sie emigrierten in das imaginäre Ausland des Swing, das sie mit englischen Mänteln, pomadisierten Haaren (in gerade noch erlaubter Länge), Anglizismen und lässiger, entmilitarisierter Haltung zum Leben erweckten. Ihr zusammengeklaubter, grotesk überhöhter Stil setzte das poetische Prinzip produktiver Missverständnisse gegen die Eindeutigkeit der Volksgemeinschaft. Ihr abweichendes Freizeitverhalten (wie überhaupt die Idee: »Freizeit«) war passiver Widerstand gegen deutsche Pflichterfüllung und verteidigte die kulturellen Errungenschaften der Weimarer Republik: hemmungslosen Hedonismus und Dekadenz (die sie nicht nur in den Augen der Nazis darstellten). Ihre haltlose Begeisterung für die »entartete Musik« verwarf die Erzählung von der Herrenrasse als Schicksalsgemeinschaft und pochte auf das Recht, das Lebensgefühl selbst zu wählen und von Afroamerikaner_innen sowie Sinti (Django Reinhardt) und Jüd_innen (Benny Goodman), die sie kopierten, gestalten zu lassen, bis die Rassenschande perfekt war.

In den Nischen und Widersprüchen der nationalsozialistischen Kulturpolitik lebten die Swing Kids ihren ganz privaten amerikanischen Traum. Die Nazis hatten den Jazz nie offiziell verboten. An Orten wie dem *Haus Vaterland* in Berlin (mit dem Tanzorchester Kurt Widman als Hausband) existierte die Weimarer Republik als schöne Illusion weiter. Gebändigte Jazzelemente

prägten auch die offizielle Unterhaltungsmusik und Swingschellacks waren mit etwas Crate-Digging immer noch aufzutreiben. Auf Tonfolie mitgeschnittene ausländische Rundfunksendungen gingen als Bootlegs von Hand zu Hand und an der Weltfunkpropagandafront setzten die Nazis sogar selbst Swingbands ein, um den Feind mit textlich abgeänderten Standards zu verwirren. Aufklärungssendungen und -filme wurden zur Informationsquelle über die Dress- und andere Codes einer Kultur, als deren würdige Vertreterin sich die Swingjugend unter den erschwerten Bedingungen fühlen durfte.

Wie viele Nachkriegssubkulturen behielt sie ihre Andersartigkeit aber nicht für sich, sondern machte die Öffentlichkeit zur Bühne, auf der sie die Provokation ihrer schieren Existenz genoss. Im expressiven »Lottern« oder der Selbstinszenierung als »Schlurf« (das im Wiener Dialekt einen ungepflegten jungen Mann bezeichnete) wurde die Arbeitsmoral zurückgewiesen, die die Nazis mit ihren Gegner_innen (aus den Reihen der abgetauchten linken Jugendverbände) teilten. Völlig zu Recht sprach Himmler von »Schädigung der deutschen Volkskraft«, weil das emphatische Desinteresse an der deutschen Sache, das die Swing Kids bewusst zur Schau trugen, in der Naziideologie gar nicht vorgesehen war. »Das große Geschehen der Zeit rührt sie nicht, im Gegenteil«, hieß es etwas ratlos in einem Bericht der Reichsjugendführung. Stattdessen verballhornten sie das finster dröhnende »Sieg Heil!« zum lebensbejahend-albernen »Swing Heil« und »Heil Hitler« zu »Heil Hotler«. Die Nazis und ihren Krieg einfach zu *ignorieren*, so gut es eben ging, und die HJ als rivalisierende Gang zu betrachten, der mangelndes Stilempfinden vorgeworfen wurde, war bereits Poppolitik, die die Nazis überforderte. Mit drakonischen Strafmaßnahmen (von Haarabschneiden bis zur KZ-Haft) mussten sie die Swing Kids unsanft darauf hinweisen, dass sie doch bitte ernstgenommen werden wollten.