

Populäre Volksmusik – regional verwurzelt?

Bernd Adamek-Schyma und Sabine Tzschaschel

Die große Beliebtheit von populärer volkstümlicher Musik in Live-Veranstaltungen und Fernsehübertragungen **5** beweist ein anhaltendes Interesse an dieser Musik, die als regional verankert inszeniert, dargestellt und wahrgenommen wird.

Aufsetzend auf regionalen Musiktraditionen hat sich aus Popularisierungen traditioneller Musik verschiedener Landstriche ein bedeutendes Segment des Musikmarktes entwickelt, wobei Instrumentierungen, Musikformen sowie musikalische Motive flexibel modifiziert und angepasst werden. Ergänzend

zu dieser musikalischen Form stellt sich die populäre Volksmusik insgesamt durch das Erscheinungsbild der Interpreten, d.h. die Kleidung, die äußere Ausstattung und den Dialekt dar, oftmals mit einer Betonung und Verfestigung von regionalen und kulturellen Klischees, die ein emotionales Bedürfnis eines bestimmten Publikums nach heiler Welt, Identifikation mit Heimat, Region und Nation, nach Bodenständigkeit und beschaulicher Alltäglichkeit befriedigen.

Die populäre volkstümliche Musik bildet ein ansehnliches Segment der

deutschen Musikwirtschaft: von den 2001 in Deutschland verkauften 245 Mio. Tonträgern und dem Gesamtumsatz von rund 2,4 Mrd. Euro entfielen auf sie etwa 2,5%, d.h. 57,6 Mio. Euro. In den letzten Jahren lagen die Zahlen wegen der allgemeinen starken Umsatzrückgänge auf dem deutschen Phonomarkt entsprechend niedriger, jedoch hatte die Volksmusik 2005 immer noch einen Anteil von 2% am Gesamtumsatz von 1,5 Mrd. Euro. Die anhaltende Popularität und mediale Präsenz von Volksmusik spiegelt durchaus den allgemeinen Trend wider, nach dem laut Bundesverband der phonographischen Wirtschaft „deutsche Musik besonders erfolgreich“ ist und 2005 mit 35% Chartsanteil ein neuer Rekord für nationale Albenproduktionen zu verzeichnen war.

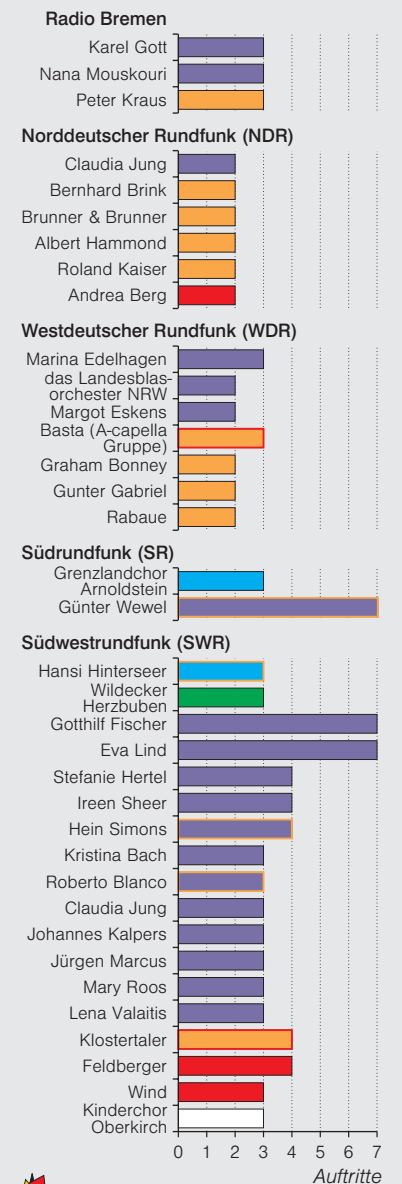
Zu trennen ist die hier angesprochene, besonders bei Großveranstaltungen und medial vermittelte populäre Volksmusik von der lokal praktizierten Laien- und Hausmusik, die auf kleineren Veranstaltungen oder privat dargeboten wird, sowie von der in den letzten Jahren ebenfalls erstarkten musikalischen Bewegung zu traditionellen Instrumenten, alter folkloristischer Musik und der unter Weltmusik laufenden internationalen Folklore, die hier alle nicht weiter thematisiert werden sollen. Nicht klar zu trennen ist die populäre Volksmusik dagegen von der Schlagermusik. Nicht nur, dass oftmals Schlager- und Volksmusikstars in der gleichen Fernsehsendung auftreten, auch allgemein ist musikalisch eine Tendenz zu vielfältigen Mischformen zu verzeichnen – z.B. populäre Volksmusik mit Dance-, Rock- oder Jazz-Anleihen. Es ist hier also nicht von einem klar umrissenen Genre „populäre Volksmusik“ die Rede, sondern von populärer volkstümlicher Musik im weitesten Sinne.

Einschaltquoten zum Abwinken

Volksmusiksendungen in den öffentlich-rechtlichen Sendern haben Konkurrenz. Die ARD-Serie „Musikantenstadl“ bannt bis zu einem Fünftel der nationalen Fernsehgemeinde am Samstag Abend vor den Bildschirm **5**. Besonders das ostdeutsche Publikum scheint ein großes Nachfragepotenzial zu bilden, das beim MDR für Einschaltquoten bis zu 23% auf den besten Sendepätzen am Samstag- oder Sonntagabend sowie für ein entsprechend präsenten Angebot von Volksmusiksendungen sorgt. Erstaunlich gering ist dagegen das Angebot im Bayerischen Fernsehen **1**. Ob hier der Bedarf an Folkloristischem bereits im Alltag gedeckt wird, die Radiosender ein Großteil der Nachfrage befriedigen oder der per Kabel und Sa-

2 Volksmusikünstler im Fernsehen 2005

Legende siehe Kartenseite



© Leibniz-Institut für Länderkunde 2006

tellit in Deutschland längst ubiquitäre MDR keine Wünsche mehr offen lässt, sei dahingestellt.

Beobachtern der Szene und besonders der medial vermittelten Szene fällt dabei auf, dass die als Events inszenierten Volksmusikveranstaltungen in großen, rustikal gestalteten Hallen und festzeltartig gestalteten Räumen oder unter freiem Himmel vor attraktiven landschaftlichen Naturkulissen ein zwar zahlreiches, aber durchaus nicht gemischtes Publikum bedienen. Die Nahaufnahmen zeigen im „Musikantenstadl“ oder bei den „Lustigen Musikanten“ ein Publikum, das überwiegend im Rentenalter ist, mehr Frauen als Männer, aber auch gerne kleine Kinder. Angesichts der Eingängigkeit der Weisen, der ausschließlich deutschsprachigen Texte und der einfachen Botschaften



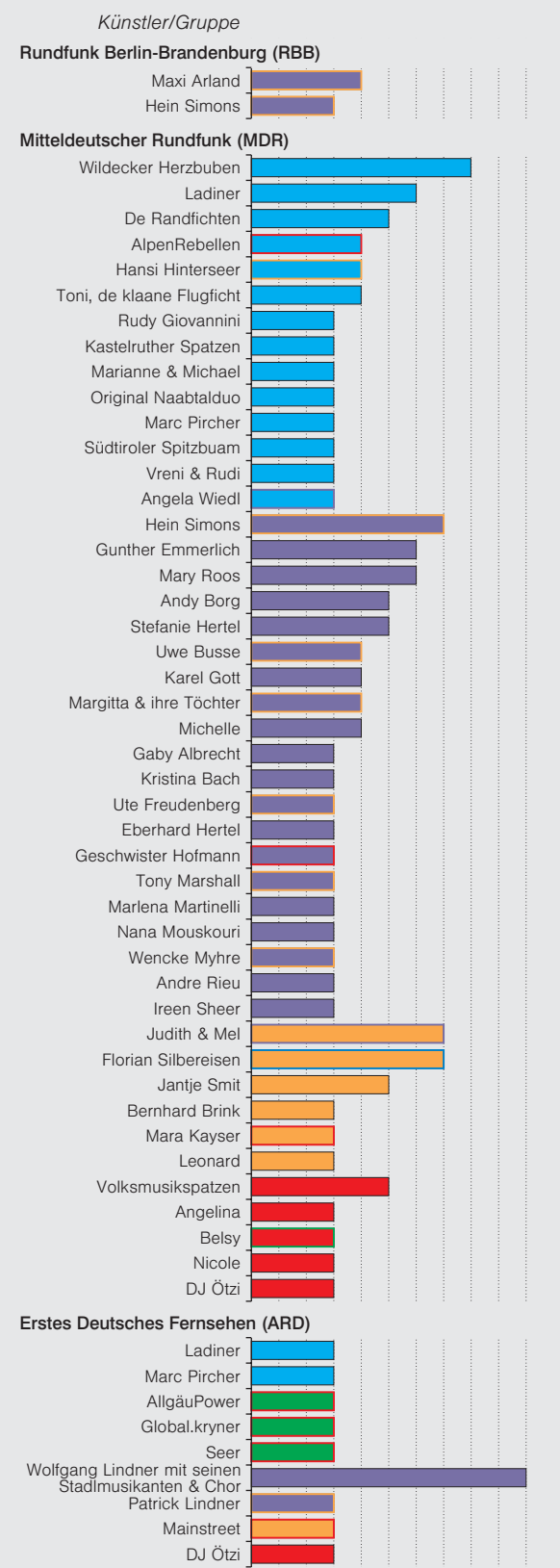
3

Wohnorte populärer Volksmusiker 2005 nach Postleitzahlen bzw. Staaten

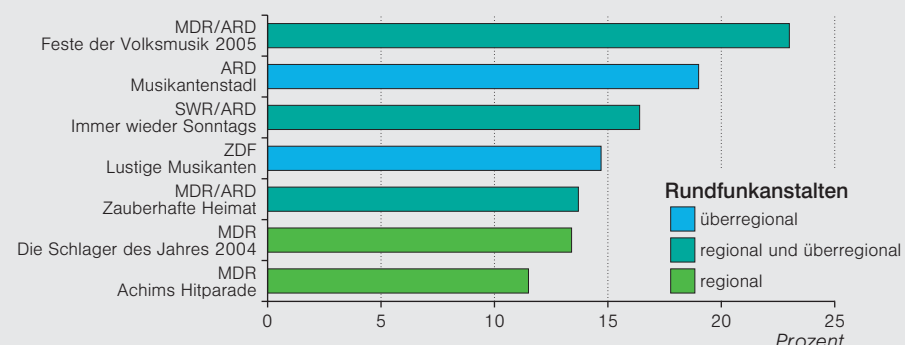


4

Häufig im Fernsehen auftretende Volksmusikünstler 2005 nach den öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten



5 Einschaltquoten ausgewählter Volksmusiksendungen Jan.04 - Nov.05



Autoren: B. Adamek-Schyma
S. Tzschaschel

der → Lieder 7 drängt sich die Vermutung auf, dass die populäre Volksmusik das ersetzt, was früher das deutsche Volkslied war, und dass sie auch seine Funktionen hinsichtlich Heimatstiftung, Freude am Mitsingen und Bedürfnis nach heiler Welt übernommen hat.

Musik mit Raumbezug

Die populäre Volksmusik hat in zweierlei Hinsicht einen räumlichen Bezug. Zum einen wird dieser über die Herkunft der Interpreten bzw. über die Region, die sie als Künstler repräsentieren, ausgedrückt. Dabei wird oftmals durch den musikalischen Stil und das Erscheinungsbild in Aufmachung oder sogar Tracht eine regionale oder lokale Verwurzelung suggeriert 2 4. Ob diese regionale Verankerung auch tatsächlich

der Herkunft der Musizierenden entspricht und ob die Trachten tradiert und authentisch sind, ist nicht immer nachprüfbar und für die Wirkung auch unerheblich. Als extremstes Beispiel dafür können die „Wildecke Herzbuben“ dienen, die – in Ostthessen beheimatet – mit einer bajuwarisch angehauchten Phantasietracht auftreten. Die zweite Ebene sind die Texte der Lieder und Musikstücke, die entweder inhaltlich oder durch die Verwendung eines Dialekts ebenfalls häufig einen regionalen Bezug aufweisen und damit die räumliche Verankerung unterstreichen wollen 7.

Betrachtet man eine der erfolgreichsten Gruppen der letzten Jahre, „Die Randfichten“, zeigt sich, dass es sich hier definitiv um räumlich gebundene Musik mit starker regionaler und lokaler Ausrichtung handelt, die jedoch bundesweit erfolgreich vermarktet und verkauft wird. Das Trio aus Johanneergegenstadt preist sich auf seiner Homepage (www.randfichten.de) mit „volkstümlicher Musik aus dem Erzgebirge“ an. Analysiert man das Repertoire der Gruppe, so bezieht sich exakt ein Viertel der Titel auf diese Region, aus der sie kommt und deren Dialekt sie singt 7. Jedoch wurden die Randfichten durch den Verkauf ihrer Schallplatten – ihr Lied vom Holzmichl stand 2004/05 38 Wochen lang in den Verkaufscharts ganz oben und verkaufte sich allein 2004 über 300.000-mal – und einen Vertrag bei einem großen internationalen Schallplatten- und Unterhaltungskonzern bundesweit erfolgreich. Ihre starke Präsenz auf dem bundesweiten Schallplattenmarkt wird flankiert von größtenteils in Ostdeutschland stattfindenden Konzerten und Fernsehauftritten. Etwa 5- bis 8-mal im Monat spielen sie in meist ausverkauften Hallen von vornehmlich kleinen ostdeutschen Orten und Städten zwischen Erzgebirge und Ostsee und ziehen Besucher aus der gesamten Umgebung an 6. Das Publikum streut durch alle Altersgruppen, und das Merchandising von Fanartikeln blüht. Auch die schwerpunktmäßig im MDR stattfindenden Fernsehauftritte scheinen darauf hinzuweisen, dass diese Gruppe trotz bundesweiter erfolgreicher Plattenverkäufe im Bereich Live- und

TV-Auftritte nicht uneingeschränkt gesamtdeutsch populär ist – wie es z.B. Heino oder Maria und Margot Hellwig sind 8. Die Positionierung der Randfichten auf dem gesamtdeutschen Schallplattenmarkt – kombiniert mit der Popularität im ostdeutschen Konzert- und TV-Bereich – unterstreicht einmal mehr, dass sie als unabhängiges und weiterhin im Erzgebirge ansässiges Familienunternehmen selbstbewusst eine ostdeutsche Erfolgsstory mit bundesweiter Wirkung repräsentieren. Daher dienen die Randfichten – unabhängig von ihrer bayerisch-gebirglischen Tracht – zur Identifikation all jener Bevölkerungsteile in den neuen Ländern, die mit der Wende auch viele ihrer kulturellen Identifikationssymbole verloren haben.

Heimat als Exportgut

Da das Heimmattümelnde und der Bezug zum Deutsch-Nationalen nach dem Zweiten Weltkrieg auch im Liedgut in Verruf geraten waren, schloss die populäre Volksmusik hier in den letzten Jahrzehnten zunehmend die entstandene Lücke. Sie war besonders auf die mit idealisierenden Images behafteten, vorindustriell und ländlich-bäuerlich geprägten Ferienregionen in den Voralpen und Alpenregionen gerichtet, die auch schon im Heimatfilm der 1940er und 50er Jahre als typisch deutsche Landschaften stilisiert wurden – weitab von den deutschen Real-Landschaftsformen, die überwiegend durch Mittelgebirge und weite Ebenen geprägt sind. Mit der Verbreitung von Massen-Tonträgern erlangte diese popularisierte Volksmusik schon in den 1960er und 70er Jahren eine breite Fangemeinde. Dabei erzielten in Deutschland auch Gruppen hohes Ansehen, die aus dem deutschsprachigen Ausland kamen, vor allem aus Südtirol – z.B. der Trientiner Bergsteigerchor – und aus Österreich. Auch heute machen die Fans nicht an der deutschen Grenze halt – die Popularität des Österreicher Hansi Hinterseer oder der aus Südtirol stammenden Kastelruther Spatzen ist groß 3; sie stehen vielen für eine weit über die Grenzen reichende deutsche Kultur, die oft mit den Ausdehnungen Vorkriegsdeutschlands oder sogar denen des Dritten Reichs gleichgesetzt wird.

Umgekehrt wird die deutsch-populäre Volksmusik wenig exportiert – vielleicht wegen der begrenzten Verbreitung der deutschen Sprache. Dennoch erleichtern die mediale Inszenierung, die Möglichkeit des weltweiten Exports und die problemlose Verfügbarkeit von Volksmusik über das Internet die symbolische Aufladung für Auslandsdeutsche und Deutsche im Ausland. Dafür stehen Gastspiele des Musikantenstadts in Dubai, Moskau, Peking oder der Karibik, die als Beispiele für die gleichzeitige Vermischung, Hybridisierung und auch Verfestigung regionaler und nationaler Klischees im Rahmen von raumbezogenen Repräsentationen interpretiert werden können.

Methodische Anmerkung

Der Beitrag widmet sich dem Phänomen „populäre Volksmusik“ in den Medien, ohne dabei musikwissenschaftlich exakt definieren zu wollen, welche Künstler oder Gruppen zu den populären Volksmusikern gezählt werden. Die Fernsehsendungen, die analysiert wurden, tragen den Begriff Volksmusik im Titel oder Untertitel bzw. erklären sich selber zu Volksmusiksendungen. Um den Quellenfundus eindeutig einzugrenzen, wurden alle populären Volksmusiksendungen der Zeit von Januar 2004 bis November 2005 in den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern Deutschlands ausgewählt, insgesamt 133 Sendungen. Die darin aufgetretenen Künstler wurden im Sinne dieses Beitrags als populäre Volksmusiker definiert; 259 Künstler oder Künstlergruppen, die zumindest dreimal in dieser Zeit aufgetreten sind, wurden aufgenommen und verortet.

Für die ausgewählten Sendungen wurden die Einschaltquoten ermittelt; diese beziehen sich auf den jeweiligen Sendezeitbereich und den Sendeplatz der Erstsendung.

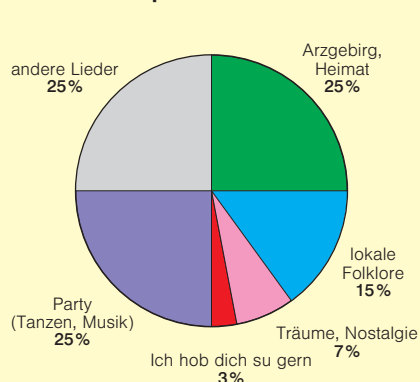
Die Einstufung nach dem Erscheinungsbild der Künstler und Künstlergruppen beruht teilweise auf den analysierten Sendungen, teilweise jedoch auch auf der Selbstdarstellung der Künstler auf CD-Covern und Homepages. Es wurde nicht nur die Kleidung berücksichtigt, sondern auch der Hintergrund (z.B. Aufnahme vor Berggipfeln) sowie typische Ausstattungsgegenstände.

Fazit

So gesehen verbindet Musik nicht nur, sondern verankert und setzt Claims im Raum. Durch populäre Volksmusik und ihre Darbietenden werden räumliche Klischees vornehmlich auf der emotionalen Ebene vermittelt. Dies bezieht sich weniger auf konkrete Raumstrukturen, Identifikationsobjekte oder die Qualitäten eines bestimmten Raumschnittes, sondern produziert vielmehr ein diffuses raumgebundenes Zugehörigkeitsgefühl, das sich – verbunden mit der Eingängigkeit der musikalischen Weisen – in ein wohliges Bewusstsein darüber auflöst, dass man in einen bestimmten Raum hineinversetzt wird bzw. zu einer schönen Gegend dazugehört. Denn schon ein gutes altes Sprichwort besagt ja: „Wo man singt, da lass dich ruhig nieder, böse Menschen haben keine Lieder!“♦



7 Das Repertoire der Randfichten



Mei Arzgebirg'

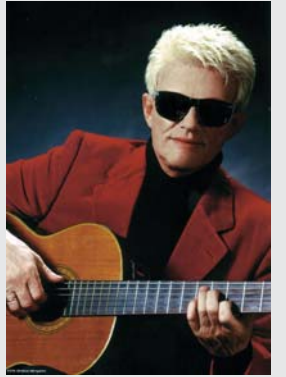
Arzgebirg mei Haamitland, nár ze dir do ziehts mich hie.
Un dor Wind, mit seiner Hand, streicht ganz sachte drüber hie.
Mei ganzes Herz gab ich fürwahr, fei men Arzgebirg do drubm.
Hier is mr ball am Himmel dra. Is Fortgieh kánnt ich net ertrogn.
Wenn de Sonn obnds untergieht und de Nacht zieht friedlich rei,
brauch ich dich für mei Gemüt. Halt für immer dir de Trei.
Kimm de Zeit wu ich muß gieh, is's bissl Laabn vorbei.
Legt dor mich do drubm nár hie. Möcht wuannersch dann net sei

Mei Raachermannl

Der aane hot zwee Maadle, dr anre hot'n Freind.
e anrer fand sei Hobby von dem'r lang schu treimt.
Manch aaner treibts dor Nacht su oft's ner kaa.
Aber mich zieht ewos annersch magisch a.
Ich brauch e Raachermannl für mei Gemüt,
racht schie aus Holz gemacht, was of'n Schrankl stieht,
rute Backn un e Pfeill in dr Gusch,
was raacht un raacht und hot doch nie de Hust.
Ja su e Raachermannl dos is mei Laabn.
Wenns racht schie nabelt, ja do wards im Herz mir warm.
Un de Nabelschwodn ziehn durchs ganze Haus.
Für dan Maa zieh ich mei letztes Hemml aus

Tourneen und Auftritte ausgewählter Stars der Volksmusik 2005

Heino, Maria und Margot Hellwig, De Randfichten



Br.-E. Brand-Erbisdorf
 Ehr. Ehrenfriedersdorf
 Fr. Fraureuth
 Glau. Glauchau
 Ho.-E. Hohenstein-Ernstthal
 L. Limbach-Oberfrohna
 Oelsn. Oelsnitz/Erzgebirge
 St. Steinpleis

Tourneen und Auftritte

Heino Jubiläumstournee

- Tourneeroute
- Auftritt

Maria und Margot Hellwig

Tourneerouten

- Gala der Volksmusik I
- Gala der Volksmusik II
- Überraschungsfest-Tournee
- Edelweiß-Tournee

Auftritte auf Tourneen

- mehrere oder wiederholte Auftritte
- 1 Auftritt

Maria und Margot Hellwig

- mehrere oder wiederholte Auftritte
- 1 Auftritt

Margot Hellwig solo

- mehrere oder wiederholte Auftritte
- 1 Auftritt

Die Tourneerouten der Randfichten sind nicht dargestellt.

Auftrittsorte

- Gera ≥ 100.000 Einwohner
- Aue < 100.000 Einwohner

— Staatsgrenze
 — Ländergrenze
 ○ Landeshauptstadt

Autor: B. Adamek-Schyma