

Wolfgang Rumpf

Music in the Air

AFN und die Jugendkultur in Deutschland

Vorläufiges Paper
Tagung Atlantische Akademie
7.- 9. Juni 2007 Kaiserslautern

O glückliche Nachmittage in dröhnender Gesellschaft von AFN

Wir Jugendlichen der 1960er waren auf der Suche. Nach Identität, nach Sound, nach jenen Lebensgefühlen, die in Beat- und Popsongs Ausdruck fanden und von uns mit schwerer Bedeutung aufgeladen wurden. A- und B-Seite: der prickelnde Kontrast von Tanzlaune und Lebenslust, Weltschmerz und Melancholie. *Getting better, In the Ghetto* oder *You really got me* und *Tired of waiting for You*. Musik, in der für uns so viele tiefe und existentielle Lebensgefühle beheimatet waren. Wo konnte man sie hören? Auf Single-Schallplatte in begrenzter Auswahl, per Tausch mit Freunden, überspielt auf Tonband, aber im Radio? Funkstille bei der ARD, Sendersuche auf UKW, Mittel- oder verwaschener Langwelle, gelandet sind wir (in Baden-Württemberg oder in Rheinland-Pfalz) bei AFN oder RADIO LUXEMBURG.

Indizien für der Präsenz und Bedeutung dieser Stationen finden sich merkwürdigerweise kaum in der Rundfunkliteratur (Lediglich bei Glaser/Koch 2005: 221 ff.), dafür aber in anderen Quellen, die von einer Parallelwelt erzählen: Schriftsteller, Musiker und Journalisten berichten von subkulturellen, gar avantgardistischen Erlebnissen am Radio, von einem Wohl- und Weltgefühl, das sich am eigenen portablen Transistor einstellte. Wolfram Schütte, Ex-Feuilletonchef der FRANKFURTER RUNDSCHAU, schrieb über seine AFN-Erinnerungen aus Anlass der geplanten Schliessung des Frankfurter AFN-Studios: „O glückliche Nachmittage in dröhnender Gesellschaft von AFN; viele von uns kamen mit ihren häuslichen Besinnungsaufsätzen, dem Pauken von Lateinvokabeln und der nutzlosen Einübung in die Euklidische Geometrie nur dann zu einem glücklichen Ende, wenn ihnen die Begleitmusik des AFN unter die Arme griff“, notierte Schütte (Jahrgang 1939) in seinem wehmütig-glossierenden Nachruf. (FR 6.7.1993) AFN, so Schütte weiter, "beflügelte uns wie nichts sonst - manche der Gymnasiasten so sehr, daß die Englisch-Lehrer die gleiche Mühe hatten, ihre Zöglinge vom amerikanischen Slang wieder nach Oxford zurück-, wie die Deutschlehrer sie vom Dialekt zum Hochdeutschen hinaufführten." Der AFN war "antiautoritärer Ziehvater" und "der Gewinn der Nachkriegszeit."(FR 6.7.1993)

Als Rainer Eisfeld (Jahrgang 1941) den Lebensgefühlen der 1950er-Jahre nachspürte, entdeckte er die Macht der Juke-Box und geriet in den Bann der

Ätherwellen: "Abends bedurfte es meist besonders hartnäckigen Stehvermögens, Bettels oder Trotzens, um Vater und Mutter die 'Rundfunkhoheit' streitig zu machen. Auch im Erfolgsfall bedeuteten elterliche Zugeständnisse aber nur den ersten Schritt. Anschließend war regelrechte Kunstfertigkeit gefragt, wenn es zwischen 21 Uhr und Mitternacht darum ging, dem Radio auf der 208-m-Mittelwelle möglichst ungetrübte Töne zu entlocken. Immer wieder drängten sich benachbarte Sender, besonders aus dem 'Osten', in den gewünschten Frequenzbereich. Vor dem Apparat, Marke Blaupunkt oder Graetz Melodika, hockend, bedurfte es langer Geduld und Behutsamkeit beim milimeterweisen Bewegen des Einstellknopfes, bis endlich Radio Luxemburg präzise durchkam. Schallten aber zu guter Letzt doch 'Wear my ring around your neck' und 'Doncha' think it's time', 'Blueberry Hill' und 'Ain't that a shame', 'Good Golly, Miss Molly' und 'Keep a knockin'" vernehmbar aus dem Lautsprecher, die Presley-, Fats Domino-, Little Richard-Songs, auf die man ungeduldig gewartet hatte, so war das Glücksgefühl kaum noch zu übertreffen." (Eisfeld 1999: 103f)

Während in den 1950ern AFN als Quelle für Jazz und Rock'n'Roll genutzt wurde (Rock'n'Roll wurde im deutschen Radio nicht gespielt, Jazz sehr wohl, aber nur in abendlichen Spezialsendungen mit bildungsbürgerlichem Touch à la J.E. Berendt), trieb uns die Suche nach Beat und Soul, die in der ARD tabu waren, in die Arme von AFN. BBC-DJ John Peel (1939-2004) gestand: "Es gab ein paar gute Sendungen auf Radio Luxemburg und AFN, ich habe immer gedacht, daß die DJs ihre Musik selbst aussuchen (...) und dachte, das könnte mir auch Spaß machen. (...) Ich wollte einfach ein DJ sein, ein paar Platten umsonst bekommen und sie im Radio spielen." (John Peel in: SPEX 12/2004) Ähnlich äußerte sich Helmut Lehnert, Chef der Jugendwelle *Fritz* (ORB), im Rückblick auf die 1960er: "Als ich 17 war, lieferten mir AFN und Radio Luxemburg den Stoff, den ich brauchte und der von den Öffentlich-rechtlichen erst kam, als der SFB in Berlin 1967 den 's-f-beat' aufmachte." (FR 15.7.1994) Jürgen Herrmann (Jahrgang 1943), der als Musikredakteur Bayern3 mit aufbaute, meinte auf die Frage nach Moderatoren-Vorbildern: „Die Radio DJ's of the Worlds Best Rock'n'Roll Radio – American Radio und AFN Berlin & Munich of the 60s, 70's, 80's, 90's! Dazu ein DJ Spruch von einst: ‚Wherever

you are, you're never too far from where we are ... just over the Radio.“
 (www.b3-history.de/persons/fragebogen/herrmann)

Peter Kurzeck (Jahrgang 1943) liess in seinem Roman ‚Keiner stirbt‘ (Kurzeck 1990: 90ff.) seine jugendlichen Helden mit AFN im baufälligen Auto durch die finstere hessische Provinz brausen: "Singt einer im Radio, singt was er hat und braucht, scheints einsam ein Cowboy: My pony, my riffle and me! (*Dean Martin* aus dem Howard Hawks-Film ‚Rio Bravo‘ W.R.) Und die Gitarre natürlich, sein Banjo, na klar. Jederzeit. Wahrhaftig, wie für den Horst Meier gemacht, so schön und so traurig das Lied. Auch wenn er kein Pferd und auch kein Gewehr hat; er hat ja sein Lastauto, Suff und Straßen. Schön lang ist es auch oder spielen sie es gleich doppelt hintereinander, die Kumpel im AFN." (Kurzeck 1990: 93)

Unter dem Titel "Sendeschluß" findet sich eine AFN-Reminiszenz des Schriftstellers Michael Rutschky (Jahrgang 1943) in der FAZ. AFN war für ihn mit einer Schlüsselszene, einer prägenden Erinnerung, der entscheidenden „Bahnung im Gefühlsleben“, verknüpft: „Weil das Kind sich langweilte, auch mit dem langweilte, was aus dem Radio quoll (vielleicht Rudi Schuricke ‚Wenn bei Capri die rote Sonne im Meer versinkt), stellte die Mutter diesen Soldatensender ein, von dem sie selbst eben erst gelernt hatte, wo er auf der Skala zu finden war. (...) Von da an jedenfalls, so kommt es mir vor, hat der AFN zu spielen nicht mehr aufgehört. Er begleitete die Schularbeiten, er hat noch das Studium und die ersten Berufsjahre begleitet. (...) In der Nachkriegszeit- und -jugend verkörperte der AFN eine Art Transzendenz. (...) AFN, die Tonspur für das Lebenskino im Westen.“ (FAZ 2.9.1994)

Auch im fernen Irland war über Mittel- und Langwelle AFN zu empfangen. *Van Morrison* besang die intensive Suche nach Popmusik im Äther „In the Days before Rock'n'Roll (auf seinem Album ‚Enlightenment‘) in überzeugender Manier: „I am down on my knees at those wireless knobs/Telefunken, Telefunken and I'm searching for Luxemburg/Athlone, Budapest, AFN, Hilversum/In the Days before Rock'n'Roll.“ Schliesslich textete die deutsche Countrygruppe *Truckstop*: „Der NDR bringt Tanzmusik/ich krieg nichts and'res rein/das geht so durch bis sechs Uhr früh/ich glaub ich schlaf gleich ein. Ich möcht' so gern Dave Dudley hörn'n,

Hank Snow und Charly Pride/‘n richt’gen schönen Country-Song/doch AFN ist weit.“

ZUSPIEL: Van Morrison/Truckstop

Im ARD-Hörfunk war Popmusik so gut wie tabu. TV war innovativer, ab 1961 moderierte Chris Howlands die Schlagersendung *Musik aus Studio B* (NDR), 1965 startete der *Beat-Club* (RB) mit Schwerpunkt Beat, Rock anglo-amerikanischen, meist britischen Ursprungs. Im Gegensatz dazu waren in den Unterhaltungssendungen der ARD lediglich einmal wöchentlich oder monatlich die Top Ten der Deutschen Hitparade zu hören. Als nach 1965 verstärkt anglo-amerikanische Hits in die deutschen Charts einsickerten, war man zunächst sprachlos. Der Trend zur Dominanz internationaler Beat- und Popmusik wurde widerwillig und skeptisch betrachtet, Sendungen für Teenager/junge Leute wurden mit Zeitverzögerung etabliert. Erst als die Übermacht immer spürbarer wurde, reagierte man: Der von RADIO LUXEMBURG am unmittelbarsten betroffene SAARLÄNDISCHE RUNDFUNK startete 1965 mit *Hallo Twen*. 1967 kam, der enormen Popularität von AFN/Berlin geschuldet, der *s-f-beat* in Berlin dazu. 1969 *Teens Twen Top Time* (HR) und der *RIAS-Treffpunkt* (Berlin), 1970 schliesslich der *SWF3-Popshop*. Diese Sendungen waren Reflexe auf AFN und scheinen auch ein Zugeständnis an die politisch-kulturelle Aufbruchstimmung gewesen zu sein, die sich in der westdeutschen Studentenrevolte 1967/68 und in der Brandt/Scheel-Koalition 1969 manifestiert hatte. Zudem begann sich nach den 1950er Jahren (mit Rock’n’Roll, Cool-Jazz und Halbstarkenlook) ein zweiter anglo-amerikanisch geprägter Lebensstil in der Mode und im Auftreten junger Leute durchzusetzen: Junge Männer wie Frauen trugen lange Haare, Jeans, Parka, bunte Pullover und Rüschen-Shirts, fühlten sich den *Beatles*, *The Who* oder *Jim Morrison* nah und freundeten sich mit der Hippie- und Friedensbewegung an. Auch politischer Protest gegen die Notstandsgesetze, den Vietnamkrieg, die Springerpresse gehörten zum Kanon. Allen gemein war die Ablehnung deutscher Schlager, gängiger Tanz- und Unterhaltungsmusik und den damit verbundenen bürgerlichen Lebensentwürfen der Elterngeneration. Entscheidend ist dabei der Impuls, der dabei von AFN ausging. AFN war, heute würde man sagen, der Sender für modernen Lifestyle.

Auch das erfolgreiche Kommerzprogramm RADIO LUXEMBURG war AFN-gemäss konzipiert und diente wiederum den Erfindern von Ö3 in Wien als Vorbild. Moderatoren und Redakteure von R.T.L. und Ö3 waren ihrerseits von AFN beeinflusst und übernahmen deren zentrale Radio-Stilelemente: Narrative, persönliche Moderation, Moderator mit eigener Musikauswahl und der Möglichkeit des Kommentierens und Bewertens von Musik, Wunschsendungen und Call-Ins. Insofern leistete AFN einen Beitrag, die ARD von ihrem abstrakten öffentlich-rechtlichen (oder böser formuliert: elitären) Radioverständnis abzubringen und zu einem egalitär-demokratischen, hörerorientierten hinzuführen. Die ARD-Reform hin zum Dienstleistungsradio wurde zwar offiziell mit den Ergebnissen der Medienforschung und der Suche nach jüngeren Zielgruppen begründet, war aber sowohl der *shadow audience* von AFN als auch dem Erfolg von R.T.L. und Ö3 geschuldet.

AFN: Shadow Audience, DJ-Prinzip und narrative Moderation.

AFN startete 1945 in der Besatzungszonen Nachkriegs-Deutschlands mit Sendungen wie *Munich Morning Report* oder *Bouncin' in Bavaria*. Der Rundfunkdienst für die amerikanischen Streitkräfte und deren Familien wurde zentral in Frankfurt verwaltet und unterhielt Studios in Berlin, Bremerhaven, Kaiserlautern, Nürnberg, Stuttgart und Würzburg, so dass die gesamte US-Besatzungszone erreicht werden konnte. Dabei wurde der in den USA übliche, natürlich wirkende Moderationsstil gepflegt, dazu populäre Musik, Entertainment, Jazz gesendet. Ab 1946 wurden täglich 20 Stunden von 5 Uhr morgens bis 1 Uhr nachts ausgestrahlt. Das AFN-Rahmenprogramm wurde mit teils in den USA hergestellten Konserven bestückt und ergänzt, die auf Schallplatten (sogenannte V-Discs = Sieger-Schallplatten) per Schiff oder Luftfracht angeliefert wurden. Mehrere Stunden regionales Fensterprogramm (aus Bremerhaven, Heidelberg, München usw.) füllten das Programm mit Informationen aus der Region. Täglich gab es eine Stunde Klassik mit Sinfoniekonzerten, von renommierten amerikanischen Orchestern eingespielt. Popmusik, Country, Blues, Swing und Jazz wurde bei den jeweiligen Autorensendungen vom DJ/Moderator/Programmgestalter (aus dem riesigen Schallplattenfundus) ausgewählt und präsentiert – vor allem wurde Bezug

genommen auf eingesandte Hörerwünsche. „Die Sendung, die wirklich Geschichte machte war, ‚Music in the Air‘; sie war ein Dauerbrenner und lief ganze 31 Jahre, von 1945 bis 1976.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 29f.)

AFN: Musikradio far from Home

Das Erfolgsrezept von AFN war die konsequente Definition als *Musikradio* und die ebenso konsequente Ausrichtung auf ihre Zielgruppe. Bei AFN war immer das zu hören, was in den USA populär bzw. in den Pop- und Jazz-Charts war: Louis Armstrong, Ella Fitzgerald, Elvis Presley, Woody Hermann, Glenn Miller, Frank Sinatra usw. Wenn die Stars in Deutschland gastierten, schnitt AFN (übrigens umsonst!!) die Konzerte mit und sendete sie, erzählte mir Jazz- und Schlagersänger Bill Ramsey, der in den 1950ern Aufnahmeleiter bei AFN/Frankfurt war.

Dieser Musikmix hatte auch die Funktion, im fremden Deutschland Heimatgefühle zu erzeugen. Daß sich bei den Live-Sendungen (Gruss- und Wunschsendungen) Tausende deutscher Hörer beteiligten, war auch für AFN-Macher eine riesige Überraschung. Es war aber kein Wunder, denn im Gegensatz zu den konventionell-altmodischen Sendungen der ARD, in denen Hörerkontakte quasi tabu waren, sorgte die lässige Art der Moderation und die ständige Einladungen zum Mitmachen („Call us“) für lebhaftere Interaktion.

Bill Ramsey erinnert sich:

O-TON/Ramsey Interview NWR 2006 (4:30)

Nicht nur die Musik, sondern auch der lässige Moderationsstil wurde zum Markenzeichen. Erstaunlicherweise gehörte die eigentliche Zielgruppe, die Soldaten und ihre Angehörigen, schon bald zu einer Minderheit. Stattdessen hörten junge Deutsche AFN. Neben den neusten Musiktiteln, die hier immer früher (und in den deutschen Sendern nicht zu hören waren), konnten nebenbei auch Fremdsprachenkenntnisse geschult und verbessert werden. Die lockere (und coole) Art der DJs markierte einen krassen Gegensatz zu den Sprechern (Moderatoren in unserem heutigen Verständnis waren noch unbekannt) der ARD. Hauptunterschied war, dass AFN als *Musikradio* konzipiert war. Ausser den Nachrichten gab es keine Sendungen mit politischen Inhalten oder gar Diskussionen. Wenn diskutiert wurde, dann allenfalls über Musik.

Radiohören als Kulturerfahrung

AFN verfügte über eine magische Anziehungskraft, brachte uns jüngeren Deutschen nicht nur den Rock'n'Roll nahe und älteren den (von den Nazis verbotenen) Jazz und Swing zurück. Beiden vermittelte AFN das Gefühl, eine neue Zeit und andere Kultur zu erleben, modern und up-to-Date zu sein, Hörer im progressiven Untergrund. Dadurch verstärkte sich der Eindruck, durch den Konsum der Musikkultur aus Übersee zu einer Art Avantgarde zu gehören, die nach vorne schaute und mit dem autoritären Deutschland von gestern nichts mehr zu tun haben wollte. Radiohören wurde zu einer radikal neuen Kulturerfahrung, das Gegenteil zum deutschen Rundfunk, der für viele noch mit den Erinnerungen an Nazi-Propaganda (Stichwort: „Goebbels-Schnauze“) verbunden war.

Deutsche lernten nach dem propagandistisch und autoritär ausgerichteten Radiokonzept der Nationalsozialisten - inklusive der Versuche, Jazz und Swing zu verbieten bzw. einzudeutschen, jüdische Künstler zu vertreiben - eine neue anglo-amerikanische Rundfunkwelt und den dazu gehörigen Lebensstil kennen und schätzen. Durch AFN wurde ein ungezwungenes, optimistisches Lebensgefühl transportiert - man denke nicht nur an die Musik, sondern auch nur an die J.F. Kennedy- oder Elvis-Euphorie Anfang der 1960er. AFN war weit effektiver und stilbildender als die Re-Educationprogramme der Alliierten. (Rumpf 2006: 52 f.)

Und die ARD? Sie reagierte auf die Beliebtheit von AFN erst mit der Akzeptanzkrise und den alarmierenden Mediendaten Ende der 1960er Jahre, zu einem Zeitpunkt also, als die *Soldatensender* bereits 20 Jahre im Äther waren und ca. 10 Millionen jüngerer deutscher Radiohörer sozialisiert hatte. Im Gegenzug endete die ‚goldene Ära‘ von AFN genau in dem Moment, als die musikdominierten *ARD-Servicewellen* an den Start gingen und Pop gesellschaftsfähig wurde. 1970-1976. Beat, Rock, Popmusik und Jazz wurden nicht mehr ghettoisiert, sondern toleriert und offiziell für ‚Kultur‘ gehalten - spätestens nachdem *Leonard Bernstein* die *Beatles-LP* ‚Revolver‘ im ‚Spiegel‘ 1967 gelobt und mit Schubert verglichen hatte. (Rumpf 2004: 77f.)

Mark White (Ex-Programmdirektor von AFN/Berlin): „Wir hatten ein ungeheuer großes Publikum, und immer wenn wir den Sendebetrieb für eine Weile unterbrachen, war die Telefonzentrale praktisch ein Lichtermeer, weil besorgte deutsche Hörer anriefen und sich danach erkundigten, ob AFN den Sendebetrieb eingestellt hätte und wir womöglich vorhätten aus Berlin wegzugehen? Die Ehefrauen der GIs, die Soldaten selbst riefen auch an und fragten, was denn los sein und wieso wir nicht auf Sendung wären. Das war ein deutliches Zeichen dafür, dass viele Menschen – Berliner und Amerikaner – unseren Sender hörten. Es gab diese Angst, es könnte etwas passiert sein, wenn AFN nicht sendete. Schließlich standen sie Sowjets praktisch auf der anderen Straßenseite.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 36f.)

Populäre Musik blieb das Geheimrezept: „In Amerika veränderte sich mit der Zeit natürlich der Geschmack, insbesondere der Musikgeschmack. Wir mussten uns dieser Entwicklung anpassen. Alles, was in den Staaten populär war oder populär gewesen war, gelangte ganz selbstverständlich auch nach Europa. Wir brachten die Sendungen, die in den Staaten beliebt waren.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 36) Die Radiomacher reagierten professionell auf den Zeitgeist und die Billboard-Charts, Musik plus die Art der Moderation waren die Schlüssel zum Erfolg.. „Manche Sendungen wurden in Berlin zu ‚Rennern‘, manche Ansager zu Stars. George Hudak war der ‚Darling von Berlin‘. Er war die Nummer eins bei ‚Frolic at Five‘. Später habe ich mit vielen gesprochen, die mir erzählt haben, dass sie praktisch mit ‚Frolic at Five‘ aufgewachsen sind, sie hörten ‚Frolic at Five‘, wenn sie am Nachmittag ihre Schularbeiten machten.“ Dass Hudak sehr wohl wusste, dass ihm auch Tausende deutscher Konsumenten zuhörten, zeigt dieses Beispiel: Hudak erfand deutsch-amerikanische Wortschöpfungen wie etwa ‚auf Wiederbyebye‘ oder ‚thank you verdankeschön.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 38f.) AFN stellte auch einen Bezug zum deutschen Kulturleben her, bildete die lokale Berliner (Frankfurter, Stuttgarter, Münchner usw.) Kulturszene ab: Das Programm der Theater und Opernhäuser wurde vermeldet, ebenso Konzerttermine. Denn die Auftritte von Weltstars wie *Tom Jones*, *Shirley Bassey*, *Frank Sinatra*, *Louis Armstrong*, *Count Basie* schienen AFN für Deutsche wie für GIs interessant.

AFN war mehr als ein Radiosender. Terry R. Snell, Geschäftsführer der amerikanischen Botschaft in Berlin fasste das psychologische Moment im Rückblick mit einer Prise Pathos zusammen: „Amerika verhiess Hoffnung, nicht weil es perfekt war, sondern weil es zeigte, daß Veränderungen zum Besseren möglich waren. So war die amerikanische Musik Ausdruck der freien Meinungsäußerung und barg den Geist der Veränderung in sich.“ „AFN spielte die Musik, die junge Leute hören wollten. Es steht außer Frage, daß AFN den Musikgeschmack seiner lokalen deutschen Hörerschaft entscheidend mitgeprägt hat, denn AFN brachte Jazz, Blues, Country, Western und Rock'n'Roll nach Europa.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 5, 23)

Auch in Norddeutschland wurde die Zielgruppe durch Tausende heimlicher deutscher Radio-Zaungäste ergänzt und bot eine Alternative zum (amerikanisch kontrollierten) RADIO BREMEN oder dem (britisch kontrollierten) Programm des NWDR: „AFN ist nicht nur eine gute Sprachschule für deutsche Hörer, sondern mehr: eine kleine Auskunftei über den amerikanischen Charakter. Seine Sendungen sind bunter, lebhafter und lauter als die deutschen Stationen. (...) Wenn der ‚Announcer‘ die beliebteste Sendung ‚Bedlam in Bremen‘ (Irrenhaus in Bremen) ankündigt, in der die ‚wildesten‘ Rhythmen, die ‚schrägsten‘ Songs und ‚verrücktesten‘ Jazz-Improviationen ‚in die Luft gehen‘, hört man aus seiner Stimme ein wenig Selbstverspottung heraus.“ (NORDSEE ZEITUNG 23.4.1949) Journalisten regierten verblüfft: AFN spiele einfach alles, „vom ungebändigten Jazz bis zur straffen Symphonie, vom heimatlichen Volkslied bis zum sentimental ‚I love you‘-Song.“ (Carl Nützel in: DIE NEUE ZEITUNG 14.5.1949) Auch hier finden sich wieder junge Deutsche unter den Stammhörern: AFN werde „besonders von der Jazzbegeisterten deutschen Jugend gehört.“ (D.N.Z. ebd.) Musikwünsche aus der Provinz beweisen einen gewaltigen Zustrom deutscher Hörer: „Ganze Schulklassen aus Nordenham, Rodenkirchen, Brake, Elsfleth, Oldenburg, Wilhelmshaven und Jever wollen zum Beispiel Caterina Valente, den ‚schrägen Otto‘ oder Louis Armstrong hören.“ (NORDWEST ZEITUNG 17.5. 1956)

Ab 1957 wurde von AFN Stuttgart in Baden-Württemberg die Sendung *Teentime Tune-Time* ausgestrahlt, eine bald äusserst erfolgreiche Pop- und

Schlagersendung für Teenager zwischen 14 und 19 Jahren. Dadurch fand AFN „immer mehr Anklang bei jungen deutschen Hörern“ (BREMER NACHRICHTEN 25.5.1957). Sendungen mit Hörerwünschen waren obligatorisch - und preiswert. Im Repertoire fanden sich sowohl Old-Time-Jazz von *Louis Armstrong* als auch Country, Rock'n'Roll und Schnulzen *Elvis Presleys*, der allerdings in den deutschen Printmedien gewohnt negativ und klischiert („nervenerfetzendes Organ“, „hüfteschwenkender Troubadour“) beschrieben wurde. (Zu Pressereaktionen der 1950er auf Presley ausführlich: Rumpf 2004: 45ff)

Der Bremer WESER-KURIER meldete am 29. Mai 1957: „Ein unerwartet großes Echo fand ein Wettbewerb, den der amerikanische Soldatensender AFN Bremerhaven veranstaltete. Bis zum Einsendeschluß am Freitag hatte die Post nicht weniger als 34 938 Hörerwünsche von rund 100 deutschen, dänischen und holländischen Schulklassen in das kleine Studio von AFN Bremerhaven zu tragen.“ (WK 29.5.1957) Die STUTTGARTER ZEITUNG bestätigte den Trend, der jugendliche Hörer und ihre Musikwünsche auswiess: „Die Jugend hört lieber American Forces Network“ titelte Werner Kienzle in der STUTTGARTER ZEITUNG (ST.Z. 10.1.1958) und rät der ARD: „Es wäre an der Zeit, daß sich auch die Programm Direktoren der westdeutschen Rundfunkanstalten mit diesem Problem befassen würden. (...) So könnte es eines Tages geschehen, daß die westdeutschen Sender einen Teil ihrer Hörer nicht mehr erreichen, weil diese sich auf eine andere Wellenlänge festgelegt haben. Die jugendlichen Hörer von heute sind aber die erwachsenen Hörer von morgen!“ (ST.Z. ebd.) „AFN brachte in deutsche Stuben, in denen der Klang unbedarfter Kriegsschlager kaum verklungen war, Namen wie Bing Crosby (dessen Sohn Gary in den fünfziger Jahren beim AFN Frankfurt als Discjockey arbeitete); Dinah Shore, Bob Hope, Jerry Colonna, Marlene Dietrich, Jean Simmons, Edward G. Robinson, Wallace Beery und Archie Gardner. AFN beschäftigte Stars wie Eddie Fisher und Vic Damone, die in Deutschland als ‚Specialists‘ an AFN-Mikrofonen ihre Dienstpflicht ableisten.“ (ST.Z. 2.7.1968)

Zwei Fans erinnern sich: „Wir standen auf mit der ‚Daybreak Serenade‘, die früh von 6.00 bis 7.30 Uhr lief, und gingen zu Bett mit der Sendung ‚Midnight

in Berlin'. Manchmal war es auch umgekehrt. Mittags hörte man die Wunschsending ‚Open House‘, die ganz am Anfang ‚Nifty Fifty‘ und später ‚Noontime Rendezvous‘ hieß. Danach begleitete die fröhlich swingende Sendung ‚Frolic at Five‘ mit der elektrisierenden Erkennungsmelodie ‚9:20 Special‘ des Harry James Orchesters die nachmittäglichen Schularbeiten und Studien. Aber auch ‚Merely Music‘, ‚Music in the Air‘ und ‚Hillbilly Gasthaus‘ erfreuten unser Ohr und Herz. Im Englischunterricht war eindeutig zu merken, wer regelmäßiger AFN-Hörer war: Die Fans des Senders bemühten sich um eine möglichst amerikanische Aussprache.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 43) Und: „Aber der ganz, ganz große Renner damals in den 50er Jahren war zweifellos die Nachmittagsshow ‚Frolic at Five‘, die werktags von 17:00 bis 18:00 Uhr live in unsere Radios kam. Und der Diskjockey des AFN Berlin schlechthin war Army Sergeant George Hudak, der aus diesen heißen 60 Minuten eine Wunsch- und Grußsendung machte und sie viele Jahre moderierte.“ (Alliiertenmuseum 2002: The Link: 45)

AFN: Sound für Lebensgefühle und Jugendkultur

Da die AFN-Radiomacher ihre Landsleute far from Home zu ‚betreuen‘ hatten, um die Stimmung der Truppe zu heben, war ihnen primär an der Erzeugung von Heimatgefühls gelegen. Dazu bedurfte es einer heiter-optimistischen Ausstrahlung (am Mikrofon) und der Hits aus der Heimat. Sie wagten nicht das Experiment, bezogen sich nicht auf einen Bildungsauftrag, sondern boten Populäres. Chris Howlands‘ (BFN, NWDR) Begrüssung ‚Hellou meine Frrreundä, hier ist wieder Euer Heinrich Pumpernickel‘ wurde Legende.

Das Credo der GIs lautete: ‚We want to entertain You‘. Dass ein solches Radiomodell auch die Deutschen elektrisierte, zeigt die Beliebtheit mancher AFN-Moderatoren: George Hudak in Berlin, Bill Ramsey in Frankfurt, Dave Stewart in Bremerhaven. Alle erhielten körbewise Fanpost mit Hörerwünschen (von deutschen Hörern).

AFN übte entscheidenden Einfluss nicht nur auf die deutschen Hörer, sondern auch auf die Pop- und Jazz-Musiksozialisation von späteren Radiomachern aus. AFN leistete unbeabsichtigt moderative wie musikalische Erziehung. AFN

prägte nicht nur die deutsche Rundfunklandschaft, sondern ebenso massiv die Radiosozialisation von ARD-, Ö3- und R.T.L.-Moderatoren. Nicht zuletzt die Kulturgeschichte der Bundesrepublik und der DDR. AFN beinhaltete eine andere Auffassung von Radio, quasi das Gegenprogramm: Nicht Bildung und Erziehung standen (wie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk der ersten Nachkriegsjahrzehnte) im Vordergrund, sondern Dienstleistung, Entertainment und Service. Diese Umdeutung des Radioverständnisses spiegelt sich in den Grundforderungen, die in der Umbauphase zur öffentlich-rechtlichen *Servicewelle* formuliert wurden: Gefordert wurde urplötzlich ‚journalistische Frische‘ in Musik, Moderation bis in die Nachrichten hinein.

Noch ein Blick nach Berlin: Dort war die Situation im vielfältigen Radiomarkt besonders eng. Nicht nur AFN, BFN/BFBS, RIAS und SFB waren im Äther, sondern auch noch Radio DDR. Gerade den West-Sendern (und ihrem Popangebot im Jugendfunk) kam beim strikten ‚Anti-Beat-Kurs‘ der SED im Osten eine ganz besondere Bedeutung zu wie Michael Rauhut in ‚Beat in der Grauzone‘ nachgewiesen hat. (Rauhut 2000: 78ff.) Sowohl *s-f-beat* (SFB) als auch der RIAS-*Treffpunkt* waren direkte Reflexe auf AFN, zudem wollte man Hörer im Osten mit westlichem Sound und Lifestyle bekannt machen.

Auch die Liberalisierung der Alltagskultur im Deutschland der 1960er und 1970er Jahre ist auf AFN und die kulturelle Amerikanisierung der Jugendkultur zurückzuführen. Wie auch in anderen öffentlichen Institutionen (Schulen, Universitäten) lief dieser Prozess sehr verzögert mit Momenten der ‚Ungleichzeitigkeit‘ ab. Jugendliche Lebenswelt und ‚unsere‘ Beat- und Rockmusik gerieten nur langsam ins Blickfeld der ARD, obwohl doch spätestens seit Woodstock klar war, dass Pop zur globalen Massenkultur geworden war.

Dass die alternative, anti-bürgerliche Lebenswelt aus Beatmusik und anti-autoritären, politisierten Ansichten von den Erwachsenen (in den Medien, in der Öffentlichkeit) mit post-nationalsozialistischen Erfahrungen wie ‚NS-Massenhysterie‘ und ‚Verführung der Jugend‘ (‚Beatlemania‘) verknüpft und Popmusik deswegen so lange denunziert wurde, ist unübersehbar. Die Anti-Pop-Haltungen, die bis Anfang der 1970er (!) bestanden, hatten auf dem konservativ geprägten Weltbild der Redakteure, Autoren,

Musikprogrammgestalter der 1950er („Negermusik“, Urwald- und Psychiatrie-Vergleiche, vgl. Rumpf 2006: 2ff.) aufgesetzt.

AFN musste auf all diese deutschen Phänomene und Befindlichkeiten keine Rücksicht nehmen, ignorierte sie auch ganz bewusst. Kontakte zwischen AFN und der ARD bestanden kaum. AFN nahm die ARD nur über die *Shadow Audience* bzw. die Hörerpost wahr.

Der Einfluss von AFN auf die deutschen Medien (Umbau der ARD-Radioprogramme zu *Serviceellen*) ist evident: Vom elitär-aufklärerischen Bildungsfunk wurde zum serviceorientierten Dienstleistungsprogramm umgeschwenkt.

Viel wichtiger wurde indes AFN für das liberal-lockere, als amerikanisch-modern empfundene Lebensgefühl einer ganzen Generation von jungen Deutschen, die diesen Lifestyle annahmen und propagierten.

Ohne AFN wäre nicht nur die Rundfunk-, und Medien- sondern auch die

Literatur

Andersen, Arne (1997): Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Kulturgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute. Frankfurt a.M.

Alliiertenmuseum/Hrsg. (2001): The Link with Home – und die Deutschen hörten zu. Die Rundfunksender der Westmächte 1945 bis 1994. Berlin.

ARD (1969-1976): ARD-Jahrbuch, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands. Hans-Bredow-Institut Hamburg.

Arnold, Bernd-Peter/Siegfried Quandt (1991) Hrsg.: Radio heute: die neuen Trends im Hörfunkjournalismus. Frankfurt a.M.

Berman, Paul (1998): Zappa meets Havel. 1968 und die Folgen. Hamburg

Bredow, Hans (1927): Vier Jahre deutscher Rundfunk. Berlin.

Bredow, Hans (1954): Im Banne der Ätherwellen. Stuttgart.

Brünjes, Stefan/Ulrich Wenger (1998): Radio Report. Programme Profile Perspektiven. Bonn.

Domentat, Tamara (1995): Coca Cola, Jazz und AFN. Berlin und die Amerikaner. Berlin.

Dussel, Konrad (1999): Deutsche Rundfunkgeschichte. Eine Einführung. Konstanz.

Eisfeld, Rainer (1999): Als Teenager träumten. Die magischen Fünfziger Jahre. Baden-Baden.

Frith, Simon (1981): Jugendkultur und Rockmusik. Soziologie der englischen Musikszene. Reinbek b. Hamburg.

Göttlich, Udo/Rainer Winter (2000): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den cultural studies. Köln.

Goldhammer, Klaus (1995): Formatradio in Deutschland. Berlin.

Grisseemann, Ernst/Reinhard Tramontana (1977): Die Ö 3 Story. München.

Gushurst, Wolfgang (2000): Popmusik im Radio. Musik-Programmgestaltung und Analysen der deutschen Servicewellen 1975-1995. Baden-Baden.

Helms, Siegfried (1972): Schlager in Deutschland. Beiträge zur Analyse der Populärmusik und des Musikmarktes. Wiesbaden.

Hoffmann-Riem, Wolfgang/Will Teichert/Hrsg.(1986): Musik in den Medien. Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum. Baden-Baden.

Howland, Chris (1997): Happy Days? Frankfurt a.M.

Koch, Hans Jürgen/Hermann Glaser (2005): Ganz Ohr. Eine Kulturgeschichte des Radios in Deutschland. Köln.

Korte, Hermann (1987): Eine Gesellschaft im Umbruch. Die Bundesrepublik Deutschland in den sechziger Jahren. Frankfurt a.M.

Kraushaar, Wolfgang (2000): 1968 als Mythos, Chiffre und Zäsur. Hamburg.

Kurzeck, Peter (1990): Keiner stirbt. Basel/Frankfurt a.M.

Langenbach, Peter (1972): Das grosse Buch über Radio Luxemburg. Köln.

Maase, Kaspar (1992): BRAVO Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren. Hamburg.

Meyen, Michael (2001): Hauptsache Unterhaltung: Mediennutzung und Medienbewertung in Deutschland in den 50er Jahren. Münster.

Der Musikmarkt/Hrsg. (2000): 40 Jahre Single Hitparade. Starnberg.

Münch, Thomas (1991): Pop-Fit. Musikdramaturgie in Servicewellen. Pfaffenweiler.

Oertwig, Bernd (1997): Rik deLisle – der Alte Ami erzählt seine Radio-Geschichten. Berlin.

ORF/Hrsg. (1969): ORF-Almanach. Wien.

Popp, Rainer H.(1987): Ein Irrenhaus fährt Achterbahn – 30 Jahre Radio Luxemburg. München.

- Rauhut, Michael (1993): Beat in der Grauzone. DDR-Rock 1964-1972 – Politik und Alltag. Berlin.
- Riedel, Heide (1999): Lieber Rundfunk ...: 75 Jahre Hörergeschichte(n). Berlin.
- Rüden, Peter von (2005): Der Schallplattenjockey muss ein Pferd haben. In: Nordwestdeutsche Hefte zur Rundfunkgeschichte. Hamburg.
- Rüden, Peter von, Hans-Ulrich Wagner/Hrsg. (2005): Die Geschichte des Nordwestdeutschen Rundfunks. Hamburg.
- Rumpf, Wolfgang (2004): Pop-Kritik. Medien und Popkultur. Rock'n'Roll, Beat, Rock, Punk in ‚Spiegel‘, ‚Stern‘ und ‚Sounds‘ 1956-1979. Münster.
- Rumpf, Wolfgang (2005): Rockgeschichte. Münster.
- Rumpf, Wolfgang (2006): Popgefühle im Äther. Popmusik, ein Tabu im ARD-Rundfunk der 1960er. In: Samples 5/2006.
- Rumpf, Wolfgang: Das In-the-Mood-Gefühl – Leichte Musik bei Radio Bremen 1945-1949. In: Scharlau/Witting-Nöthen/Hrsg.(2006): Wenn die Jazzband spielt. Berlin.
- Scharlau,Ulf & Petra Witting-Nöthen/Hrsg.(2006): „Wenn die Jazzband spielt ...“ Von Schlager, Swing und Operette. Zur Geschichte der Leichten Musik im deutschen Rundfunk. Berlin.
- Schildt, Axel/Hrsg. (2000): Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften. Hamburg.
- Schmidt, Hans-Christian/Hrsg. (1976): Musik in den Massenmedien Rundfunk und Fernsehen. Mainz.
- Schieffer, Ludwig (1992): 45 Jahre in Pop. Superhit-Statistik. Köln.
- Schröter, Heinz (1973): Unterhaltung für Millionen. Vom Wunschkonzert zur Schlagerparade. Düsseldorf/Wien 1973
- Schwaegerl, Tony (1963): Die fröhlichen Wellen. Das Buch von Radio Luxemburg. Köln.
- Sieber, Wolfgang (1982): Die Hitparade. Eine Studie zu einer Vermittlungsform von Pop-Musik. Freising.
- Südwestfunk SWF/Hrsg. (1983): Ich liebe SWF3 – Komische Zeiten. Bergisch-Gladbach.
- Zöllner, Josef Othmar (1981): B3. Die Bayern3-Story. Wie ein Radioprogramm populär wurde. Percha.

Zöllner, Oliver (1996): BFBS: Freund in der Fremde. British Forces Broadcasting Service Germany – der britische Militärrundfunk in Deutschland. Göttingen.

Internet (brauchbare Websites zur Recherche)

www.radiobremen.de (Informationen zur Historie des TV-Beat-Club)

www.b3-history (Bayern3-Website mit Geschichte und Ex-Moderatoren)

www.radio-chronik.de; radio-journal.de (Sendergeschichten von R.T.L. u.a.)

Bio

Dr. Wolfgang Rumpf

Geb. 1952. Studium der Germanischen Philologie, Neuere Deutsche Literaturgeschichte, Politologie, Musikwissenschaft in Freiburg und Heidelberg. Ab 1980 Autor & Journalist beim SWF, 1986 Redakteur „Kultur aktuell“ bei RB, 2001 Musikchef Nordwestradio (RB/NDR); LB für Musik und Medien Uni Oldenburg. Zahlreiche Publikationen zu Kulturgeschichte, Popkultur, Jazz, Mediengeschichte.