

EDITORIAL

Im Interview mit *Spiegel Online* war sich Juror Thomas Stein über den Status des televisionären Wettsingens *Deutschland sucht den Superstar* sicher: »Wenn das kein Kult ist, was dann?«¹ und belegte die vermutete Anbetung der reality soap durch die Verkaufszahlen der Plattenfirma, deren Chefessel er bald darauf wegen chronischer Erfolglosigkeit zu räumen hatte.

Bedrohlicher noch mag manchem die Frage ohne pronominale Verneinung erscheinen: »Wenn das Kult ist, was dann?« Galt nicht zuvor in der populären Musik die Anbetung der Massen den dank gottgleicher Vollkommenheit am Himmel aufgezogenen Stars? »A star is born« hieß es, nicht »A star is made«. Ein Star brauchte das Mirakel, das Wunderbare, Übermenschliche, um Kult zu sein und zu bleiben – auch wenn er bewusst Erdnähe zu demonstrieren schien. Galt nicht auch die Musikindustrie, die die Bahnen dieser Himmelskörper und den Kult ihrer Anbeter zu steuern suchte, als des Teufels, als Verräter des Guten, Schönen, Wahren, als Anbieter von Gottessurrogaten um des eigenen, einzigen Gottes Mammon willen? Und plötzlich soll die Erschaffung von Idolen selbst Kult sein, das Göttermachen Gottesdienst? Eine paradoxe Logik, denn den menschengemachten Götzen kann eines nur fehlen: die Göttlichkeit. Tatsächlich zeigte sich nach dem Ende der *DSDS*-Staffeln: Der Kult blieb auf das Schmieden des goldenen Kalbes beschränkt, die Schmiede – die Medien und ihr Publikum – huldigten sich selbst und zum Tanz um den fertigen Götzen war anschließend keiner mehr bereit. *DSDS* hat simuliert, wie Stars gemacht werden, und gerade deshalb – zumindest in Deutschland – keine Stars machen können. Die Aufmerksamkeit, die die Sendung generierte, bespiegelte immer nur sie selbst, nicht jedoch ihre Produkte.

Die ersten Wettbewerbe der Musikgeschichte waren tatsächlich Kult: Im antiken Griechenland war der ritualisierte Streit um den Titel des Besten Gottesdienst. Ein Erfolg bewies des Sängers göttliche Inspiration und auch wenn später der religiöse Charakter musikalischer Wettbewerbe ver-

1 Andreas Kötter: »Wenn das kein Kult ist, was dann?« In: *Spiegel Online* (eingestellt am 6. Oktober 2003, 11:26), <http://www.spiegel.de/kultur/musik/0.1518.267776.00.html>.

schwand, blieb – vor der Erfindung von *SDS* – doch immer die Feststellung des Erhabenen, des Überlegenen oder des Besonderen der Sieger. Sie wurden mit einem Nimbus ausgestattet, der ausstrahlte; sie wurden Vorbild, bekamen Definitionsmacht. Andere eiferten ihnen nach oder begaben sich in bewusste Opposition zu ihnen. Diese orientierende Funktion von Wettbewerben nutzten soziale Gruppen oder gar ganze Gesellschaften aus, einheitliche Standards und Ideale auszubilden, allgemeiner: sich zu einigen.

Die Geschichte der populären Musik kennt eine Vielzahl von Wettbewerben. Selten hatten sie jedoch eine so zentrale Bedeutung für die Entwicklung der Musik wie die TV Festivals im Brasilien der späten 1960er Jahre, in denen tatsächlich neue Trends ausgelöst wurden und eine ganze Generation von Stars sich etablierte. Meist blieben die Sieger von Popmusikwettbewerben eher Gestalten am Rande der Geschichte. Der inzwischen nicht nur im Titel anglobalisierte *Eurovision Song Contest* führte zwar, wie in seiner ursprünglichen Konzeption geplant, zu einer besseren Zusammenarbeit europäischer Sendeanstalten, selten erwarben die Sieger hier jedoch Ruhm für mehr als eine Nacht und noch seltener war dieser Ruhm von europaweiter Strahlkraft. Und auch den Gewinnern der Tanzmusikwettbewerbe des so genannten »Dritten Reichs« gelang nicht, was die Initiatoren erhofft hatten: eine populäre, »deutsche« Alternative zum Swing bei den jungen Tänzern durchzusetzen.

Was Menschen erhebt, kann sie auch erniedrigen. Das zumindest verstanden die Nazis sehr wohl, als sie in ihren Konzentrationslagern Wettbewerbe um die Komposition einer Lagerhymne ausschrieben. In diesem perfiden System der Erniedrigung waren auch die Gewinner Verlierer – noch dazu erwiesen sich oft genug die Preise als leere Versprechungen. Und doch: Durften die Lagerinsassen ihr Lied wählen, entstanden tatsächliche Hymnen, die die Häftlinge vereinten und ihnen ein Stück ihrer geraubten Identität zurückgaben.

Eine vergleichbare einende Wirkung ist bei den Castingshows der Gegenwart nur schwer zu finden. Vielleicht noch bei den Kritikern des Formats, die mit der »Kübböckitis« (Hans Günther Bastian) wieder mal den Untergang der westlichen Kultur heraufbeschwören, deren höchste Weihen man jedoch ebenfalls nur über den Weg organisierter Wettbewerbe wie *Jugend musiziert* und nicht selten mit ähnlich zweifelhaften Mechanismen erreicht. Die Koalition der Abstimmenden in *SDS* reicht kaum über die Dauer einer Sendung hinaus. Die vielen Millionen Televoter vereinigen sich zu Prozentzahlen, kaum jedoch zu Parteien und Fangemeinden. Konsumenten werden in *SDS* durch die Möglichkeit mitzuentcheiden zu Produzenten, doch auch diese Einigung ist nur Schein, denn die Regeln werden von den wirklichen

Produzenten vorgegeben. Die Konsumenten bleiben Konsumenten, denn sie müssen für das Recht zu entscheiden bezahlen. So scheint die Funktion des Wettbewerbs als Kult abgelöst zu sein von einem Kult des Wettbewerbs, in dem das Gegeneinander als Prinzip verherrlicht wird, ohne dass ein Miteinander entsteht oder auch nur bedenkenwert erscheint – ein Kult also bar jeglichen Sinnes, der den Wettbewerb als das dekuviert, was er letztlich schon immer war: eine (in Maßen) zivilisierte Form des Krieges.

Mit Ausnahme des Beitrags über den *Eurovision Song Contest* sind die Artikel dieses Bandes Schriftfassungen von Vorträgen, die anlässlich der 15. Arbeitstagung des Arbeitskreises Studium Populärer Musik (ASPM) vom 29. bis 31. Oktober 2004 in Schloss Rauischholzhausen, der Tagungsstätte der Universität Gießen, zum Schwerpunktthema »Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb« gehalten worden sind. Wer mehr wissen will über den ASPM, über anstehende oder vergangene Tagungen, Neuerscheinungen und interessante Institutionen findet diese Daten, Fakten und Informationen rund um die Populärmusikforschung unter www.aspm-online.de und in unserer Internetzeitschrift *Samples* (www.aspm-samples.de).

Dietrich Helms und Thomas Phleps
Altenbeken und Kassel, im Juli 2005

