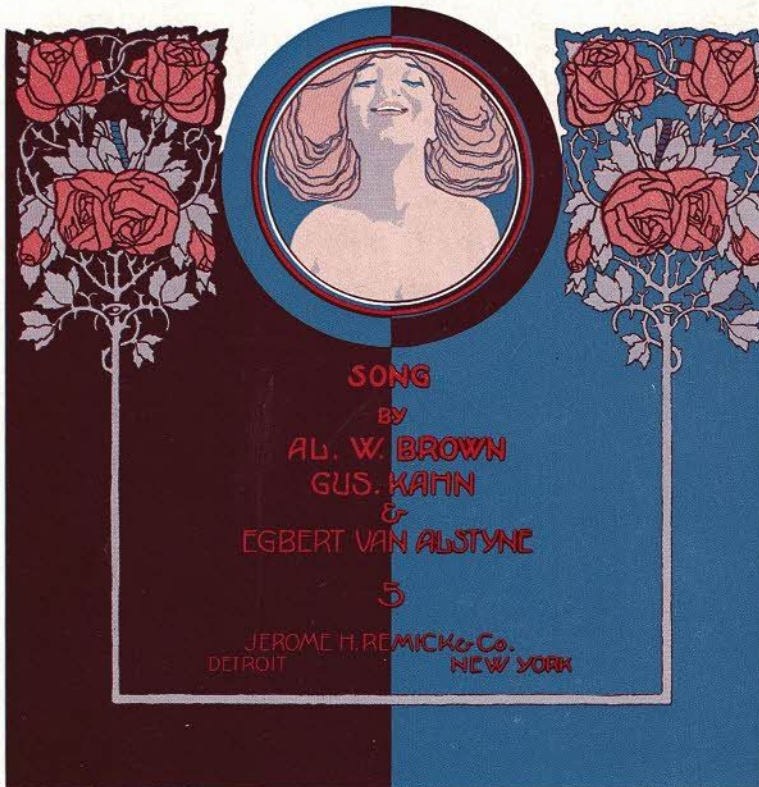


SCHLAGERBLÄTTER

Graphik auf Notentiteln

Sonderausstellung
vom 9. Oktober bis 6. Dezember 1970
im Focke-Museum Bremen

YOU'RE IN STYLE
WHEN YOU'RE WEARING A SMILE



The Lily or the Rose

Words by
MONROE H. ROSENFELD

Music by
ALFRED SOLMAN



Das Focke-Museum sieht in Sammlern Freunde und Bundesgenossen. Gelegentliche Konkurrenz vermag die Zuneigung nicht zu trüben. Viele Sammler schenken dem Museum durch ihre Spezialkenntnisse unschätzbaren Rat, andere schöpfen aus den Erfahrungen des Museums, bedienen sich seiner Bibliothek und Studiensammlung. Die Welt der Sammler kennt keine Grenzen. Hier spiegeln sich alle menschlichen Einstellungen zum Besitz, von der reinen Freude am Schönen oder Seltenen bis zur blanken Habgier, vom zielbewußten Forschen bis zur zweckfreien Lust am Dekorativen. Der private Sammler nimmt aktiven Anteil am Kulturgeschehen und tritt aus der nur passiven Rolle des Konsumenten heraus. Er gewinnt ein positives Verhältnis zur künstlerischen Leistung, zum handwerklichen Können, zu den geistigen Wagnissen der Vergangenheit und der Gegenwart.

Mit besonderer Freude sieht das Museum Sammler, die sich mutig neuen Gebieten nähern, das entbehrungsreiche Risiko des Entdeckens auf sich nehmen und „fündig“ werden. An „Kapitalanlage“ denken solche Pioniere nie; die von ihnen gehobenen Schätze sind oft nicht materieller Art, die emotionelle Bereicherung wiegt alle Opfer auf.

Mit der Ausstellung öffnet das Focke-Museum einem solchen Sammler einen Hafen, bietet ihm ein Gestade, an dem er seine Beute ausbreiten kann. Da er als Zeichner in der Abteilung Vor- und Frühgeschichte zum Kreise unserer langjährigen Mitarbeiter gehört, hat Herr Günther Kruse sich nicht einem der herkömmlichen Sammelgebiete widmen können, denn es ist Museumsleuten verwehrt, privat Objekte zu sammeln, die zum Bereich des eigenen Instituts gehören.

Günther Kruses Liebe gehört der neueren Unterhaltungsmusik, sein „Hobby“ sind die „Schlager-Blätter“, das graphische Gewand der Noten-Editionen, eine der vielfältigen Möglichkeiten angewandter Graphik, ein Thema, das in der Ausstellungstätigkeit

des Focke-Museums bereits mehrfach behandelt worden ist. An die Darbietung des gebrauchsgraphischen Werkes des Baslers Celestino Piatti (1966) oder die „Frühen Berliner Plakate“ (1967) darf erinnert werden. Die Entwürfe der Künstler für die Umschläge und Hüllen der Noten wollen – wie die Gestaltung etwa des Schutzumschlages oder die Illustration eines Buches – etwas vom Wesen des Inhalts wiedergeben. Zusammengenommen spiegelt die Noten-Graphik eine amüsante Facette musikalischer und gesellschaftlicher Zerstreuungen aus einigen Jahrzehnten unseres turbulenten Jahrhunderts. Das macht den kulturhistorischen Reiz dieser Sammlung aus, die Herr Dr. H. W. Haase in seinem folgenden Beitrag erschließt. Die Noten-Graphik wie die von ihnen repräsentierte Musik waren Ausdruck des Rhythmus und der Sehnsucht, der Idole wie der Illusionen unserer Zeit. Im Focke-Museum unterliegen diese Objekte nicht der Gefahr des musealen Verstaubens: sie erwecken sentimental verklärte Erinnerungen und erzielen zugleich selbstkritische Resonanz.

Die Sammlung Kruse ist eine ungewöhnliche Unternehmung, die um so lieber vor Kennern und Laien ausgebreitet wird, als sie auf ihre Weise eine uns Museumsleuten oft gestellte Frage beantwortet. – Was man denn heute noch sammeln könne? So werden von dieser Ausstellung Anregungen und Impulse ausgehen, sich umzuschauen in unserer vielgestaltigen Welt nach lohnenden Objekten der Sammel-Leidenschaft.

Herrn Günther Kruse sei herzlich gedankt, daß er uns seine Sammlung zugänglich gemacht hat, Herrn Dr. H. W. Haase für die Betreuung und Interpretation und nicht zuletzt der Musik-Abteilung von Radio Bremen für den Beistand bei der musikalischen Verlebendigung der „Schlager-Blätter“.

Dr. Werner Kloos
Direktor des Focke-Museums

Einführung

Unter Schlagerblättern sind Klavierausgaben von populärer Musik zu verstehen, die auf ihrer Titelseite eine mehrfarbige graphische Darstellung tragen. Sie stellen ein sehr reizvolles Kapitel aus der Geschichte der Gebrauchsgraphik dar, das bislang nur wenig beachtet worden ist. Wenn auch einzelne Blätter gelegentlich in anderen Zusammenhängen gezeigt wurden, so war doch die Gattung „Schlagerblatt“ bisher noch nicht Thema einer eigenen Ausstellung. Es sind darüber auch noch keine wissenschaftlichen Untersuchungen angestellt worden, so daß diese erste Beschäftigung mit einem neuentdeckten Gegenstand durch das Fehlen zuverlässiger Daten behindert ist.

Seinem ursprünglichen Wortsinn entsprechend ist „Schlager“ zunächst ein Synonym zu „Bestseller“ gewesen. Der Begriff hat sich dann erweitert, heute versteht man unter ihm ein Tanz- oder Stimmungslied, das fast immer als Vokalnummer dargeboten wird, das textlich und musikalisch leicht eingängig ist und sich an ein breites Publikum wendet. In seiner formalen Struktur ist der Schlager entscheidend geprägt von dem Couplet, dessen Strophen ebenfalls mit einem Refrain enden. Couplets mit satirisch-witzigen oder auch frivolen Texten hatten ihren Platz in den Operetten des vorigen Jahrhunderts, vor allem aber entstanden sie als Einlagen für die Wiener und Berliner Lokalpossen wie auch für die englischen und amerikanischen Vaudevilles.

Diese Lieder hatten es bis gegen Ende des vorigen Jahrhunderts schwer, über einen engen Bereich hinauszugelangen und zu überall gesungenen Schlagern zu werden, weil ihre Verbreitung durch Textdrucke, Kapellen, Drehorgeln und andere mechanische Musikinstrumente nur ein relativ kleines Publikum erreichte. Die Verbreitung durch Klavierbearbeitungen konnte sich für die Verleger erst dann wirtschaftlich lohnen, als es eine genügend große Zahl von potentiellen Käufern gab, die ein Instrument beherrschten. Verschiedene Faktoren trugen dazu bei, daß am Ende des 19. Jahrhunderts diese Voraussetzung für den Erfolg der frühen Schlagerblätter erreicht war. Zu der traditionellen Musikliebe des deutschen gebildeten Bürgertums trat die zur Nachahmung anregende Begeisterung für Klaviervirtuoson wie etwa für Franz Liszt. Als Wichtigstes ist aber die enorme wirtschaftliche Entwicklung zu nennen, die in den Gründerjahren nach dem Deutsch-Französischen Krieg einsetzte. Sie machte es einer zunehmend breiten bürgerlichen Schicht möglich, Klaviere zu erwerben und ihren Kindern die entsprechende Ausbildung zu geben. Zwei Zahlen aus dem Bremer Adreßbuch bestätigen diese

Behauptung: 1870 unterrichteten in unserer Stadt 44 Personen in der Kunst des Forte-Piano-Spiels, 1880 gab es bereits 90 Klavierlehrerinnen und -lehrer. In vergleichbarer Weise dürfte auch die Anzahl der produzierten und verkauften Klaviere angestiegen sein, ebenso wie die Schar der des Klavierspiels Kundigen.

Es gab damit in den letzten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts einen zunehmend großen Kreis, den findige Verleger von Unterhaltungsmusik ansprechen konnten. Walzer und Militärmärsche werden es gewesen sein, die zuerst in Klavierbearbeitungen in den Musikalienhandlungen angeboten wurden. Sie haben sicherlich den eigentlichen Schlagern den Weg bereitet, indem sie Vorbehalte gegenüber der nichtseriösen Musik abzubauen halfen. Die Gestaltung der Titelseiten war bei den frühen Walzer- und Marschausgaben häufig noch den historisierenden Tendenzen des vorigen Jahrhunderts verhaftet, sie enthielten meist einfarbige kalligraphische Ornamente, die austauschbar erscheinen und nicht in unmittelbarer Beziehung stehen zu einer bestimmten musikalischen Nummer. Eine ganz wesentliche Voraussetzung für das Aufkommen der farbigen Schlagerblätter ist die Weiterentwicklung der Farb lithographie, die zunächst als reine Reproduktionstechnik angewandt worden war. Mit großem technischen Aufwand, oft mit zehn oder mehr Druckvorgängen, suchte man Farbwirkungen zu erzielen, die denen eines Ölbildes oder eines Aquarells gleichkamen. Mit den gleichen Mitteln wurden auch die Schlagerblätter der achtziger und neunziger Jahre ausgestattet. Die Darstellungen ähnelten der gleichzeitigen offiziellen Malerei mit ihrer Vorliebe für das Genrehaft-Anekdotische und für das ausführlich geschilderte Detail.

Es ist vorläufig nicht zu ermitteln, in welchem Lande die neuen drucktechnischen Errungenschaften zum ersten Male für Schlagernoten verwendet worden sind. Immerhin hat sich die Entwicklung in einer Zeit vollzogen, die Länder und Kontinente durch ein modernes Verkehrswesen einander näherrückte, so daß vergleichbare farbige Notenumschläge ungefähr gleichzeitig in London, New York, Berlin und in den anderen Metropolen herausgebracht werden konnten. Die Musikverleger hatten mittlerweile erkannt, wie wichtig eine geschickte Werbung für den Absatz ihrer Ware ist und daß dazu auch ein attraktives äußeres Gewand gehört. Kurz vor der Jahrhundertwende ereignet sich auf dem gesamten Gebiet der graphischen Künste ein entscheidender stilistischer Wandel, der sich mit den

Namen Cheret, Beardsley und Toulouse-Lautrec verbindet und der weiterhin gekennzeichnet wird durch die Begriffe Art nouveau und Jugendstil. Wie das Plakat, von dem es sich im Grunde nur durch das kleinere Format und den Verzicht auf Fernwirkung unterscheidet, so ist auch das Schlagerblatt von diesem Wandel betroffen worden.

Die naturalistische Vielfarbigkeit verschwindet, stattdessen werden nur noch wenige Farben verwendet, die effektvoller miteinander in Kontrast gesetzt werden. Man verzichtet weitgehend auf perspektivische Darstellung, auf Räumlichkeit und Modellierung. Großteilige Flächenformen dominieren jetzt, durch die die Farbe als selbständiges Bildelement wirksam werden kann. Erst das von der Fläche her gestaltete Bild eignet sich dazu, Buchstaben ohne Störung in sich aufzunehmen. Ein wesentlicher Zug der neuen Gebrauchsgraphik ist darum in der Einheit von Bild und Schrift zu sehen, wobei die Schrift nicht aus dem Setzkasten stammt, sondern jeweils für eine bestimmte Aufgabe frei gestaltet wird.

Dieses sind die wesentlichen Stilmerkmale, die für die meisten Schlagerblätter bis hin zu den Dreißiger Jahren gelten. Gelegentlich sind Rückgriffe auf ältere realistische oder impressionistische Darstellungsweisen festzustellen, und in den Zwanziger Jahren kommen vereinzelt expressionistische und konstruktivistische Formelemente hinzu, die dann aber immer nach dekorativen Gesichtspunkten abgewandelt erscheinen.

Mit Entwürfen zu Schlagerblättern beauftragten die Verleger gelegentlich prominente Künstler, die als Illustratoren oder Plakatzeichner hervorgetreten sind. In der Sammlung Kruse finden sich Arbeiten von: Ludwig Hohlwein (1874–1949), Julius Klinger (geb. 1876), Edmund Edel (geb. 1863), Ludwig Kainer (geb. 1885), César Klein (1876–1954), Hermann Hirzel (1864–1939), Paul Scheurich (1883–1945), Arthur Johnson (geb. 1874), Hubert Woyty-Wimmer (geb. 1901), Otto Nowak (geb. 1874). Der weitaus größere Teil der Schlagerblätter stammt von weniger bekannt gewordenen Graphikern, die anscheinend auf diesen Teil der Gebrauchsgraphik als feste Mitarbeiter der Verlage spezialisiert waren. Da ist für Deutschland der sehr vielseitige Telemann zu nennen, neben ihm Otto Dely, Ortmann und Pindur. Auf vielen amerikanischen Blättern erscheinen die Namen Starker und John Frew, die am meisten beschäftigten Pariser Entwerfer sind Würth und L. Pousthomis.

Es wurde bereits auf die Verwandtschaft des Schlagerblattes mit dem Plakat hingewiesen, und

tatsächlich hat ja seine farbige Vorderseite die Aufgabe, als ein Innenplakat in den Ladenräumen der Musikalienhandlungen und in den Schaufenstern für den Kauf von Schlagernoten zu werben. Es hat zunächst einmal durch schriftliche Mitteilung zu informieren, sodann aber auch durch den Bildinhalt, durch farbliche Assoziationen und durch andere künstlerische Mittel auf das Besondere eines bestimmten Schlagers hinzuweisen. Bei den gelungenen Arbeiten korrespondieren Text, Musik und Bild so miteinander, daß alle drei Komponenten den jeweils gleichen Charakter haben, er sei pathetisch, poetisch, sentimental, ironisch oder frivol. Der Werbezweck des Schlagerblattes verlangt auch, daß es den Blick auf sich zieht, daß es eine suggestiv zum Kauf anreizende Wirkung ausübt.

Es sind also nicht allein künstlerische Prinzipien für die Gestaltung eines Schlagerblattes bestimmend, ausschlaggebend ist das ökonomische Ziel, nämlich der Verkauf einer möglichst großen Zahl von Exemplaren. Das hat zur Folge, daß ein Schlagerblatt möglichst eingängig und allgemein ansprechend zu sein hat, daß es die Aufnahmefähigkeit eines breiten Publikums nicht überfordern darf.

Das Schlagerblatt steht in Beziehung zu seiner unmittelbaren Gegenwart. Es gibt die Dinge der realen Welt wieder, etwa die aktuelle Kleider- und Frisurenmode, den Bubikopf und die kurzen Röcke der Zwanziger Jahre. Es führt die jeweils neuesten technischen Produkte vor, die Automobile und Grammophone, und es erwähnt auch politische Ereignisse. Auf vielen Blättern der Zwanziger Jahre sind tanzende Paare dargestellt. Sie erinnern an die fast manische Tanzbesessenheit, die durch die aus Amerika importierten neuen Tänze Shimmy, Charleston und Foxtrott ausgelöst wurde. Das spezifische Temperament einer Stadt wird aus vielen Berliner Schlagerblättern ersichtlich, die sich durch sachlich-mondäne Eleganz erheblich von den sentimental-romantischen Blättern Amerikas aus der gleichen Zeit unterscheiden.

Wie der Schlager in Text und Musik die Wünsche und Sehnsüchte seiner Konsumenten ausdrücken muß, wenn er erfolgreich sein will, so muß auch das Schlagerblatt den Bedürfnissen eines nach Millionen zählenden Publikums entgegenkommen. Es muß die Bewußtseinslage seiner Zeit treffen, indem es zum Beispiel die Traumziele des Fernwehs abbildet, in das man sich in wirtschaftlich unsicheren Jahren flüchtet. Das Schlagerblatt spiegelt die Idealtypen und die Wunschbilder seiner Zeit wieder, es gibt damit eine Aussage über das kulturelle und wirtschaftliche Leben und über die gesellschaftlichen Verhältnisse.

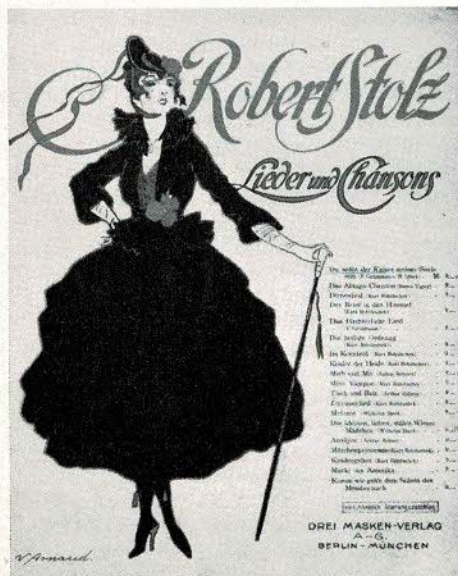
H. W. Haase

Berlin 1931

Gasberg-Krause, Hamburg 1910

V. Arnaud, Berlin 1916

Ortmann, Berlin 1919





Starmer, New York 1912

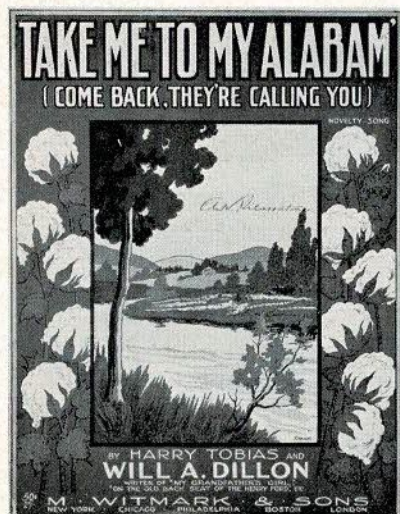
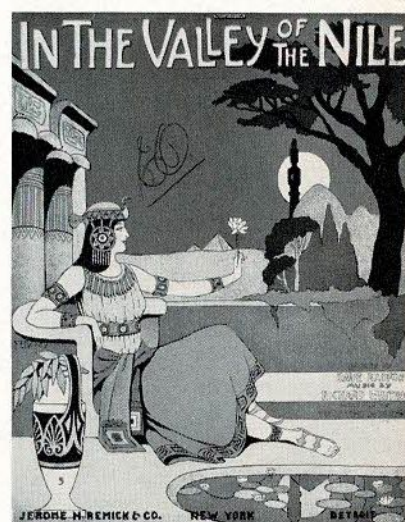
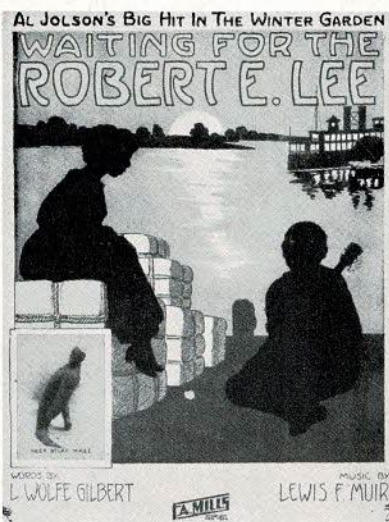
De Takacs, New York 1912

Looney, New York 1915

Starmer, New York 1916

New York — Berlin 1909

Frew, New York 1914



Starmer, New York 1915

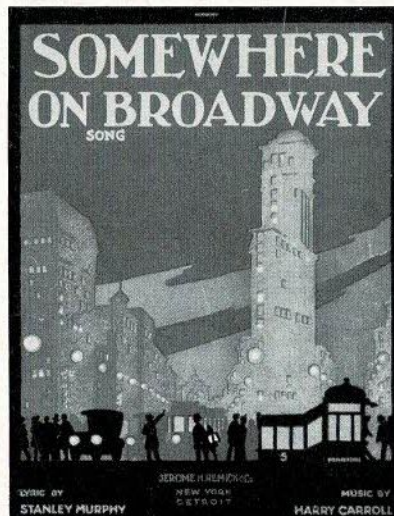
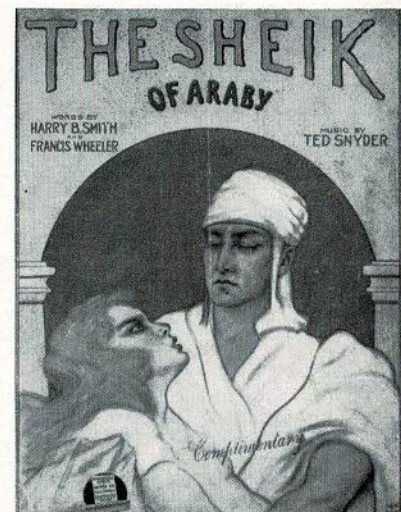
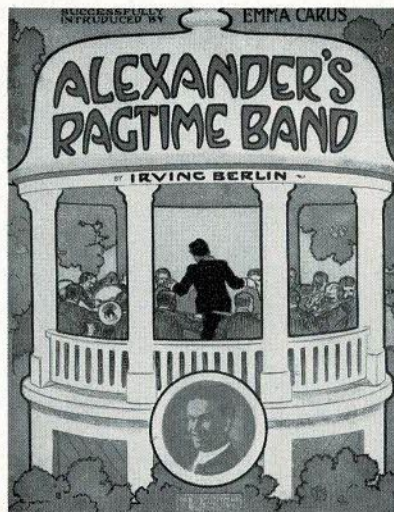
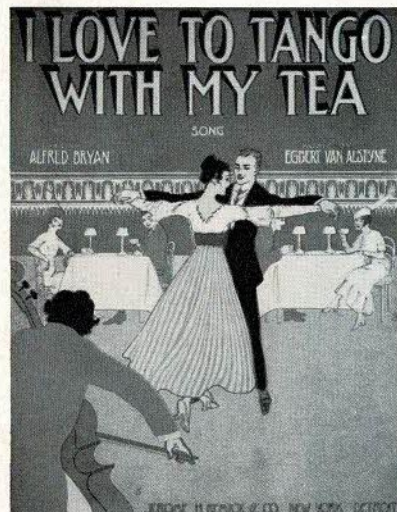
Frew, New York 1911

New York 1921

Dely, Berlin 1925

Martini, New York 1917

New York 1926



LE GRAND SUCCÈS DU CASINO DE PARIS

LE

VAMP

LE SHIMMY DANSE ET FOX-TROT DE BYRON GAY

DANSÉ ET CHANTÉ PAR

MISTINGUETT

LE SHIMMY

EDITION DE LUXE
3 fr 50
SANS AUGMENTATION

EDITION

FRANÇOIS ALABERT

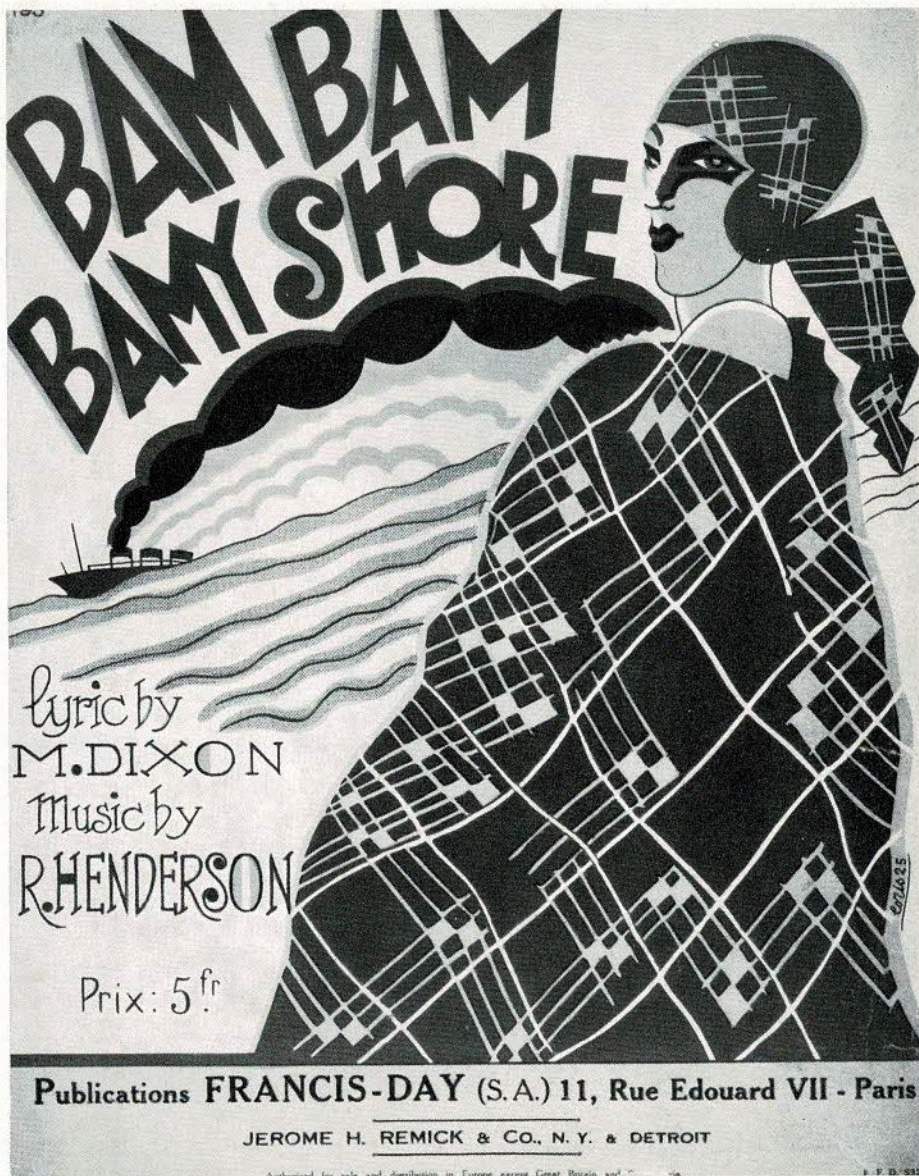
35 B^D DE CAPUCINE

PARIS

VENTE EN GROS: PARIS 22 RUE CHAU

CHAT - BRUXELLE 13 RUE DE LOUXEM





**BAM BAM
BAM SHORE**

Lyric by
M. DIXON
Music by
R. HENDERSON

Prix: 5 fr

Publications FRANCIS-DAY (S.A.) 11, Rue Edouard VII - Paris

JEROME H. REMICK & CO., N. Y. & DETROIT

Authorized for sale and distribution in Europe, except Great Britain and Ireland, by

1. P. D. 332



PRINZ BUSSI

SCHWANK VON
JEAN KREN
GESANGSTEXTE VON
ALFRED SCHÖNFELD

MUSIK VON

VICTOR HOLLÄENDER

9. Polpourri
10. Sektorien-Walzer
11. Bussi-Rheinländer

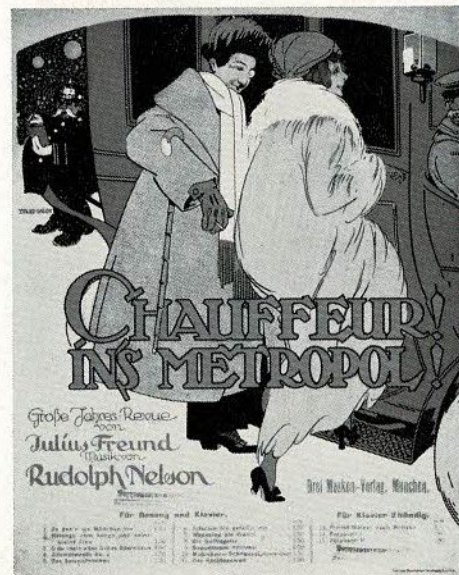
2. 50.-
2. 50.-
1. 50.-

AUFFÜHRUNGSRECHT VORBEHALTEN
EIGENTUM D. S. VERLEGER FÜR ALLE LÄNDER
ED. BOTE & CO. SOCH, BERLIN W. 8
KÜNSTL. REPR. NACHZUG VERBODEN

1. Das Mädchen von Kempenick. Couplet
2. Der Kavaler der alten Schule. Duett
3. Bussi Bussi, Komm doch nicht so spät. Chanson
4. Die kleine Madame Stenzel. Duett
5. Perlen in Glas. Viertonlied
6. Bullig! Poltschuh-Lied
7. Za-Ze-Zeppelin! Duett
8. Großer mir das Brandenburger Tor. Lied

1. 50.-
1. 50.-
1. 50.-
1. 50.-
1. 50.-
1. 50.-
1. 50.-

REPERTOIRSTÜCK DES THALIA-THEATERS IN BERLIN.





Cesar Klein, Berlin-München 1921



Ludwig Hohlwein, München 1917



Hefte des Focke-Museums Bremen

Ausstellungen · Berichte · Wegweiser
herausgegeben von Werner Kloos

Nr. 26 Heinz-Wilhelm Haase:
Schlagerblätter
Graphik auf Notentiteln