

Astrid Reimers

## Rock de Cologne – Vom beschwerlichen Weg nach oben

Befänden wir uns in der Welt der Kurznachrichten, wäre die Überschrift mit einem ;-) zu kennzeichnen: Tatsächlich sind Rockmusikwettbewerbe keine Möglichkeit, die popmusikalische Stufenleiter zu Ruhm und Geld emporzuklettern. »Die Chance, aufgrund eines Wettbewerbs zu einem Schallplattenvertrag zu kommen, ist nur wenig größer als die Möglichkeit, über den Gewinn eines Silbenrätsels eine Stellung als Verlagslektor zu finden« (Schmitz-Normann 1989), witzelte 1989 ein Journalist anlässlich der vielen Rockmusikwettbewerbe, die in jenen Jahren in Köln und anderen Städten ausgeschrieben wurden. Dennoch nahm eine Vielzahl von Bands an den Wettbewerben teil, in Köln schätzungsweise jede zweite bis dritte der damals bestehenden Bands.<sup>1</sup>

Im Rahmen der von der Verfasserin 1988/1989 durchgeführten Feldforschung »Laienmusizieren in Köln« wurde auch die Amateur-Rock- und Popszene untersucht. Der 1988 von der Stadtparkkasse Köln zum ersten Mal ausgeschriebenene Wettbewerb »Rock de Cologne« – es folgten vier weitere bis 1996 – bot eine günstige Gelegenheit für einen ersten Feldzugang. Umso größer war die Überraschung, dass sich bereits zwei Tage nach dem Konzert der Siegerbands die erste Band aufgelöst hatte und weitere Bands in den darauffolgenden Monaten dieses Schicksal teilten. Dies warf damals ein schlechtes Licht auf die Sinnhaftigkeit von Wettbewerben, führt nun aber zu neuen Fragestellungen: Wo sind die Gewinner des »Rock de Cologne« jetzt, rund fünfundzwanzig Jahre später, geblieben?<sup>2</sup> Sind sie professionelle Musiker geworden? Oder hat sich der Wettbewerb gar schädlich auf die weitere musikalische Tätigkeit der Bandmitglieder ausgewirkt? Welche Bedeutung hat der Wettbewerb heute in der Rückschau für die Musiker und für die Kölner Rockmusikszene? Die Suche nach dem Verbleib der Bands und der Musiker führte wiederum zu bemerkenswerten Ergebnissen.

Um Anhaltspunkte für die Bedeutung des »Rock de Cologne« für die Kölner

<sup>1</sup> Allein für den ersten »Six Pack«-Wettbewerb des Kulturstadts Köln 1989 gab es 220 Einsendungen, bei damals geschätzten 500 Rockmusikbands in Köln.

<sup>2</sup> Eine Untersuchung der Nicht-Gewinner ist aufgrund der Materiallage – die eingesandten Demo-Bänder wurden zurückgeschickt, weitere Unterlagen scheinen nicht mehr vorhanden zu sein – nicht mehr möglich.

Rockmusik und die Musiker zu gewinnen, sollen die popmusikgeschichtliche Situation in Köln sowie die Funktionen und Erwartungen, die aus jener Zeit heraus mit der Gründung und Ausschreibung von Rockwettbewerben verknüpft waren, kurz umrissen werden.

## 1. Popmusikgeschichtliche Situation

Mitte der achtziger bis Mitte der neunziger Jahre gab es bundesweit mindestens einhundert Wettbewerbe für Rockmusik-Amateurbands, darunter allein sechs in Köln. In der Grafik, die die Anzahl der Gründungen von Rockmusikwettbewerben in Deutschland um die neunziger Jahre herum wiedergibt (siehe Abb. 1), fallen zwei Wellen auf – von 1985–1988 und 1990–1994. In der Annahme, dass Wettbewerbe nicht zufällig entstehen, sondern bestimmte Umstände der Zeit zu ihrer Ausschreibung führen, ließe sich für die zweite, deutlich markantere Wellenbewegung die These von Dietrich Helms heranziehen, nach der »musikalische Wettbewerbe immer dann für soziale Systeme wichtig werden, wenn Kommunikation durch oder mit Musik gefährdet ist« (Helms 2005: 14). Dies ist zu Beginn und in der ersten Hälfte der 1990er Jahre mit der beginnenden Verbreitung neuer Genres in der Populärmusik, Techno und Rap/Hip-Hop, deren Aufkommen althergebrachte popmusikalische Muster in Frage stellten, der Fall gewesen.

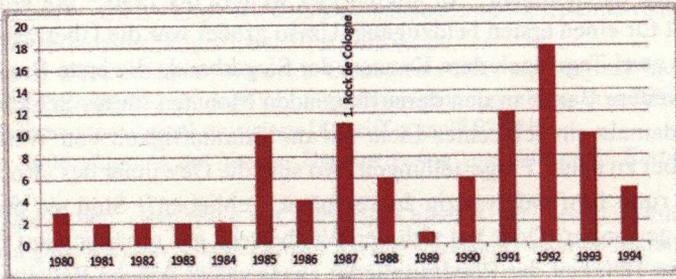


Abb. 1: Gründungsjahre der 1994 bestehenden Rockmusik-Wettbewerbe in Deutschland (Quelle der zugrundeliegenden Daten: Stadtparkasse Köln 1994).

Die erste Gründungswelle – rund um das Jahr der ersten Ausschreibung des »Rock de Cologne« 1987 – scheint jedoch einer vorhergehenden musikgeschichtlichen Entwicklung verdankt zu sein. Im Rückblick schien in den 1980er Jahren die kreative Entwicklung der Rock- und Popmusik in Deutschland zu stagnieren. Man differenzierte und ergänzte Stilrichtungen wie Disco, Punk und Metal. Im Interesse des 1980er-Mainstreams stand noch die traditionelle Rock- und Popmusik, besonders auf Seiten der Musikindustrie, die versuchte, neue Bands aufzuspüren und gewinn-

bringend zu vermarkten. Das zu dieser Zeit in Köln ansässige Major Label »EMI-Electrola« etwa setzte u. a. auf eine Kölner Band namens »Les Immer Essen«. Diese zu internationalem Ruhm zu puschen misslang allerdings: Die Band löste sich 1986 auf, nicht lange nach der ersten LP-Veröffentlichung (Schergel 2002: 139). Aufgrund der Fehlinvestition verärgert, gab die EMI der Presse bekannt, dass sie an der Kölner Rockmusik-Szene nicht mehr interessiert sei: »Als internationales Unternehmen können wir keine kulturelle Nachhilfe auf lokaler Ebene bieten« (zit. nach Ramme 1988a).

Ob diese »kulturelle Nachhilfe« der Musikindustrie angesichts der zu jener Zeit rund 500 in Köln spielenden Bands<sup>3</sup> für die Kölner Szene überhaupt nötig gewesen wäre, sei dahingestellt. Doch in der lokalen Presse wurde »das Klagelied vom Kölner Rock« aufgegriffen (Ramme 1988a), und auch in der Politik fanden ab Mitte der 1980er Jahre Diskussionen über eine institutionelle Rockmusikförderung statt, die 1989 zur Einrichtung einer Rockbeauftragten-Stelle im Kulturamt führten.

Diese Entwicklung war im Übrigen nicht spezifisch für Köln, sondern sie fand auch in anderen Städten statt, was sich beispielsweise 1985 in der Gründung des »Rockbüros Nordrhein-Westfalen« in Wuppertal niederschlug. »Rockmusik«, so erinnert sich der damals den Wettbewerb »Rock de Cologne« organisierende Pressesprecher der Stadtparkasse, Michael Cremer, heute, »das war ja damals wirklich ein Thema in der Stadt. Sehr viel stärker als heute« (Interview 18.08.2014). Das Interesse der Stadt Köln an ihrer Rockmusik-Szene zeigte sich in der Gründung eines Arbeitskreises Rock/Pop in der Stadtverwaltung und in einer Anfrage des Kunst- und Kulturausschusses im Rat der Stadt Köln, die die Ausschreibung eines Kölner Rockpreises und ein Konzert mit den fünf prämierten Rockgruppen nach sich zog (Kunst- und Kulturausschuss im Rat der Stadt Köln 1985). Dieser Rockwettbewerb wurde allerdings nur einmal veranstaltet und dies anscheinend nicht sehr erfolgreich – als Preis wurde die Nutzung von Proberäumen vergeben, die zu dem Zeitpunkt noch gar nicht existierten bzw. deren Zustand nicht zur Benutzung einlud. Danach orientierte sich das städtische Kulturamt – wie sonst auch schon in den anderen Bereichen der Musikausübung – weg vom Amateurmusizieren hin zur Förderung bereits etablierter, zumindest semiprofessioneller Bands und überließ die Nachwuchsförderung nun der Stadtparkasse Köln und anderen Veranstaltern. Cremer erinnert sich:

<sup>3</sup> Norbert Ramme etwa schätzte die Zahl der semiprofessionellen, professionellen und Amateurbands in Köln auf rund 600 (Ramme 1988a), korrigierte sie jedoch im März 1991 auf 500 (1991b). Demobänder von rund 500 Bands standen dem Kölner Musiker und Produzenten Arno Steffen zur Verfügung, als er seinen ersten »Köln Sampler« zusammenstellte (*Kölnische Rundschau* vom 05.08.1989).

»Damals gab es die klassische Überlegung: Fördere ich eigentlich den kompletten Nachwuchs, also Laien, oder sollte ich lieber Geld in die Leute reinstecken, die schon mal die Nase rausgesteckt haben. Ich kann mich erinnern, dass Post [der damalige städtische Rockbeauftragte, die Verf.] damals mit seinem eigenen Wettbewerb *Six Pack*, etwas später als wir, etablierte Bands fördern [wollte], während wir gesagt haben: Nein, gib dem Nachwuchs eine Chance!« (Interview 18.08.2014).

Folgende Kreditinstitute sind oder waren im Bereich der Rockmusik-Förderung aktiv, veranstalten Nachwuchswettbewerbe oder unterstützen sie:

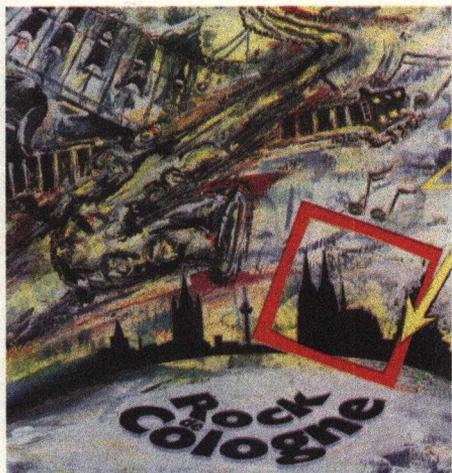
|   | seit |
|---|------|
| • Volks- und Raiffeisenbanken/Genossenschaftsverband Bayern: „ROCKin' Bayern"               | 1993 |
| • Kreissparkasse Starnberg: Rockwettbewerb „Gegen Sucht und Frust"                          | 1992 |
| • Sparkasse Straubing-Bogen: „Drug Stop"  | 1988 |
| • Kreissparkasse Schongau/Vereinigte Sparkassen Weilheim: Rock gegen Sucht, „Rock 'n Talk"  | 1992 |
| • Volksbank Karlsruhe: Karlsruher Schülerbandfestival                                       | 1993 |
| • Kreissparkasse Ludwigsburg: CD-Projekt „LUBU Rocks" und Nachwuchsfestival des Ideen-Clubs | 1990 |
| • LBS Bremen: „CityBeat '90"  | 1987 |
| • Sparkasse Bremen: „Soundcheck"  | 1990 |
| • Stadt- und Kreissparkasse Darmstadt: Darmstädter Rockwettbewerb                           | 1989 |
| • Frankfurter Sparkasse: 1822 Rock Festival Frankfurt                                       | 1987 |
| • Sparkasse Offenbach: Offenbacher Rockwettbewerb   | 1981 |
| • Sparkasse Hannover: Rockwettbewerb „Sixpack"  | 1993 |
| • Sparkasse Aachen: Rock aus Aachen, wa   | 1988 |
| • Sparkasse Bochum: „Rock around Bochum"  | 1985 |
| • Stadtsparkasse Duisburg: „Sounds like Duisburg"   | 1988 |
| • Sparkasse Essen: „Made in Essen"  | 1993 |
| • Stadtsparkasse Köln: „Rock de Cologne"  | 1990 |
| • Stadtsparkasse Münster: „New Names"   | 1987 |
| • Kreissparkasse Siegburg: Musizierende Jugend im Rhein-Sieg-Kreis                          | 1990 |
| • Stadtsparkasse Viersen: „Rock-Total"  | 1980 |
| • Sparkasse Koblenz: Landesnachwuchsfestival Rock und Pop                                   | 1987 |
| • Kreissparkasse Rhein-Hunsrück: „HunsRock-Festival"  | 1990 |
| • Kreissparkasse Mayen: Eifelrock-Festival  | 1994 |
| • Sparkassen- und Giroverband Saar: „Saar-Rocky - musikszene Saar"                          | 1991 |
| • Vereins- und Westbank: Jugend Kulturell - Förderpreis                                     | 1986 |
|   | 1981 |

Abb. 2: Im Jahr 1994 durch Banken und Sparkassen unterstützte Rockmusik-Wettbewerbe.

## 2. So entstand der erste »Rock de Cologne«

Dass regionale Sparkassen und Banken Rockwettbewerbe förderten oder sogar selbst durchführten, war keine Kölner Besonderheit. Anfang der 1990er Jahre gab es bundesweit mindestens 25 solcher Wettbewerbe (siehe Abb. 2; vgl. Cremer 1995: 222).

Allerdings war die Kölner Stadtsparkasse nicht die erste unter den Banken und Sparkassen, die Rockmusik mit Hilfe eines Wettbewerbs förderte: Sechs dieser Wettbewerbe bundesweit wurden vor dem »Rock de Cologne« ins Leben gerufen. »Nachwuchsbands zu fördern war ein wahnsinniger Trend damals«, erinnert sich



## DEM NACHWUCHS EINE CHANCE

3. Musikwettbewerb für alle  
Kölner Amateur-Rock-Gruppen

**STADTSPARKASSE EK KÖLN**

Abb. 3: Flyer der Stadtparkasse aus dem Jahr 1992.

Cremer war damals Mitglied in zwei Bands und verfügte deshalb über Insider-Einblicke in die Bedürfnisse der Amateur-Rockmusikszene, was zu der Ausrichtung und Gestaltung des Wettbewerbs beitrug.

### 3. Intentionen des Wettbewerbs

»Dem Nachwuchs eine Chance!«: In diesem Leitbild des Rockmusikwettbewerbs einer regional ausgerichteten Stadtparkasse (vgl. Abb. 3) passte alles perfekt zu-

Cremer heute. Für die siebzehn Wettbewerbe, die später, in den Jahren zwischen 1988 und 1994, entstanden, wurde jedoch der »Rock de Cologne« zum Vorbild. Cremer leistete seinen Kollegen durch die Erstellung eines Leitfadens zur Durchführung von Rockwettbewerben eine Hilfestellung. In einer Abhandlung über Musiksponsoring durch Unternehmen wird der »Rock de Cologne« gar als herausragendes Fallbeispiel hervorgehoben: »In den Anfangsjahren galt die Ausschreibung des Rock de Cologne als revolutionär« (Kohlenberg 1994: 107).

Dass sich die Sparkasse in ihrem kulturellen lokalen Engagement dem Amateur-Rockmusikbereich zuwandte, ist dabei auch Cremers persönlichem Interesse zu verdanken:

»Weil ich früher auch Musik gemacht habe. [...] Wenn ich nicht zielgruppenaffin gewesen wäre oder rockmusikaffin, hätte es das Ding wahrscheinlich nicht gegeben. [...] Ich war selber Musiker – ich habe immer noch zu Hause ein Musikzimmer mit vier Gitarren, einem Saxophon, einer Orgel [...]« (Interview 18.08.2014).

sammen. Die klassische Ausrichtung eines Wettbewerbs, wie sie im 19. Jahrhundert entstanden ist und wie sie heute für viele Wettbewerbe aus dem Bildungsbereich wie z. B. bei »Jugend musiziert« oder bei Chorwettbewerben maßgeblich ist, zielt auf eine erzieherische Wirkung, auf Bildung (Helms 2005: 28f.). Im Falle des »Rock de Cologne« war es beabsichtigt, Amateurmusikern Kenntnisse über das Musikbusiness zu vermitteln, beginnend mit der Aufgabe, ein Bewerbungs-Tape herzustellen, bis hin zu den Erfahrungen, die die Bands im Rahmen ihrer Gewinnpreise (Live-Auftritt vor großem Publikum, Studioaufnahme, Herstellung eines Musikvideos) sammeln konnten. Cremer: »Ich glaube, man muss als Musiker so eine Erfahrung mal machen. Es gehört dazu, auf die Art und Weise mal in den ganzen Betrieb hinein zu schnuppern« (Interview 18.08.2014). Eine Gewinnerin des Wettbewerbs – Christine Weyres, Sängerin der Siegerband »Crizzy Why's« – hob dies im Interview auch hervor: »Wir haben für das, was in unseren Möglichkeiten lag, viel erreicht, haben viel dazugelernt. Was das Equipment angeht und all die Sachen« (Interview 27.08.2014).

Eine weitere Intention des Wettbewerbs war es, den Siegerbands ein für die zukünftige Karriere unabdingbares Netzwerk zu schaffen. Zwar funktionierte dies nicht so umfassend, wie es sich der Wettbewerbs-Organisator Cremer erhofft hatte. Beispielsweise gelang die Vermarktung der Bands mit Hilfe des Musikvideo-Senders »Viva« nicht: »Ich hatte ja damals den Traum, die Leute bring ich in »Viva« [...] – natürlich hätte ich die reingekriegt, über einen Werbeblock oder irgendwie,

aber wir hätten dafür richtig bezahlen müssen« (Interview 18.08.2014). Aber in kleinerem Format und bei einzelnen Bands gelang das Vorhaben. So erinnert sich Christine Weyres:

»Uns hat das also einiges schon gebracht, zumal wir in der »Live Music Hall« aufgetreten sind durch den »Rock de Cologne«-Wettbewerb und dort die Bookerin von der »Live Music Hall« auf uns aufmerksam geworden ist. Und die hat uns dann auch für einige Konzerte gebucht – nicht viele –, aber die hat uns auch einige Buchungsarbeit abgenommen. Das war natürlich angenehm. Und die hätten wir wahrscheinlich nicht so ohne Weiteres kennen gelernt« (Interview 27.08.2014).

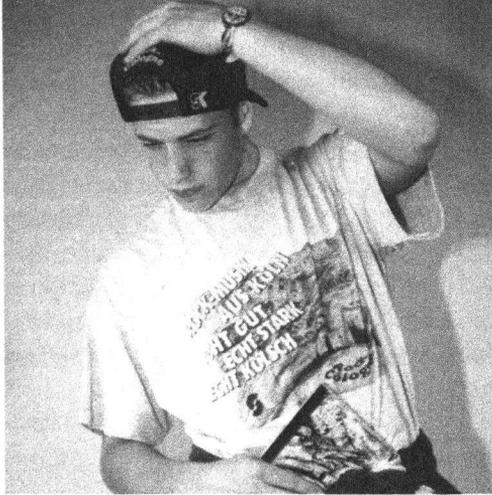


Abb. 4: Anzeige (Quelle: Kohlenberg 1994: 110).

Als eine andere Art Netzwerk kamen durch den

Wettbewerb auch Kontakte zwischen Bands und Musikern untereinander zustande: Horst Kuretitsch, Musiker der Siegerband »The Plot«, erinnert sich:

»Das war für mich damals der Sprung auf größere Bühnen, sodass man auch Kontakt mit anderen, professionellen Musikern hatte. Also automatisch, wenn man da an der Stage war. Das war auf der »PopKomm«. Da bekam man dann viele Kontakte, man wurde inspiriert und man hat einfach einen größeren Einblick bekommen« (Interview 19.08.2014).



# DIE KÖLN COLLECTION

Rock de Cologne

 STADTSPARKASSE KÖLN

Abb. 5: Merchandising-Flyer.

de Cologne« ist dies exemplarisch abzulesen. Sein Motto »Dem Nachwuchs eine Chance!« und seine Ausgestaltung, jugendliche Nachwuchsbands zu fördern, wurden entsprechend der Corporate Identity der Stadtparkasse entwickelt. Zum einen

Neben Bildungsauftrag und Netzwerkbildung ist bei einem durch ein Unternehmen gesponserten bzw. sogar organisierten Wettbewerb auch das unternehmerische Interesse des Sponsors zu berücksichtigen. Lars Bayer beschrieb dies in seinem Aufsatz zur Rockmusikförderung in NRW etwas drastisch folgendermaßen: »Beim Sponsoring handelt es sich nicht um wirkliche Förderung. Es ist ein Geschäft« (Bayer 1999: 42). In der Sprache der Geschäftswelt würde man dies vielleicht eher wie Markus Kohlenberg ausdrücken wollen: »Musik sponsoring [hat sich] an der Unternehmensidentität (Corporate Identity) auszurichten, die auf einer individuellen Unternehmensphilosophie basiert« (Kohlenberg 1994: 19).

An dem Wettbewerb »Rock

dokumentierte dies die gesellschaftliche Verantwortung einer lokalen Sparkasse. Zum anderen prägte es das Bild der Sparkasse in der öffentlichen Wahrnehmung mit Hilfe eines Imagetransfers von der Rockmusik – als einem zu der Zeit als jugendlich und kreativ geltenden Popgenre – hin zu einer unternehmerisch modernen, innovativen Bank. Zum dritten wurde eine bestimmte Zielgruppe, die der Jugendlichen, angesprochen, um sie als Kunden für die Sparkasse zu gewinnen: »Als Motivation«, so Wettbewerbsveranstalter Cremer, »war auf der anderen Seite, wie immer bei solchen Geschichten, ein Zielgruppen-Interesse. Junge Leute sind für die Sparkassen eine interessante Zielgruppe« (Interview 18.08.2014).

Auf Basis dieser angestrebten Kommunikationsziele ergaben sich nahezu automatisch die Teilnahmebedingungen für die Bands: Die Musiker sollten in Köln ansässig, im Durchschnitt nicht über 25 Jahre alt und noch Amateure sein sowie bislang keine Plattenaufnahme veröffentlicht haben. Für die Wettbewerbsteilnahme wurden keine Startgebühren erhoben – wie das ja bei einigen anderen Rockmusikwettbewerben der Fall war und ist. Dies erleichterte jugendlichen Bands die Teilnahme und unterstrich den Eindruck einer nichtkommerziellen, den Nachwuchs fördernden Intention.

Die Koppelung des Sponsoring-Objekts *Rock de Cologne* mit dem Sponsor Sparkasse, um den Imagetransfer zu ermöglichen, wurde durch das passende Marketing erreicht: Veranstaltungs-, Großflächen-Plakate, Anzeigen und Presseartikel in Tages- und Wochenzeitungen sowie Szenemagazinen, Radiospots und Werbung in den Geschäftsstellen, zum Beispiel durch eine Ausstellung zu Kölner Rockbands, sowie Merchandising (neben der LP/CD Kappen, T-Shirts, eine Uhr).

Die Plakate und Anzeigen erfüllten gleich mehrere Zwecke: Bands wurden auf den Wettbewerb hingewiesen, Besucher auf das dem Wettbewerb folgende Konzert, und gleichzeitig dienten sie der Imagebildung der Stadtparkasse.

## 4. Die Jury

Die Presseabteilung der Stadtparkasse bildete die Jury aus einem Musikjournalisten, einem Plattenproduzenten, dem Geschäftsführer einer Kölner Live-Musik-Kneipe, einem Profi-Rockmusiker<sup>4</sup> und einem rockinteressierten Jugendlichen. Die eingesendeten Bänder wurden für die Jury anonymisiert, um dem Kölner Klüngel entgegenzutreten. Aus den 85 (1988) bis 140 Bewerbungen (1994) pro Wettbewerb wählte die Jury jeweils zehn Bands aus, und zwar laut Ausschreibungstext nach folgenden Bewertungsbereichen: »musikalischer Gesamteindruck, kompositorische Idee, Text und wie die Songs bei der Jury »überkommen««.

<sup>4</sup> Winfried Bode, 1990–1996 in der Jury, Interview am 13.08.2014.

## 5. Welche Musik wählte die Jury aus – innovativ oder konservativ?

Die Neuerungen der Popmusik, die sich gegen Ende der 1980er Jahre in Deutschland verbreiteten, fanden auch in Köln ihren Niederschlag: 1988 entstand der erste Rave-Club (Schergel 2002: 162), 1991 fand ein erstes Hip-Hop-Festival statt (Ramme 1991a), und im selben Jahr wurde der erste Rap-Hit – im kölschen Dialekt, Titel: *E paar Biersche* – »von den Radiostationen begeistert gespielt« (Loh 1999: 225). Wie weit fanden sich diese neuen Populärmusik-Stile im Gewinnerfeld des »Rock de Cologne« wieder?

Als Vergleich zu den Gewinner-Samplern des »Rock de Cologne« mit ihren insgesamt 50 Bands kann eine 1990 erschienene Doppel-LP mit dem Titel *Underground Explosion* (vgl. Abb. 6a) des Labels »Big Noise« dienen. Diese Doppel-LP zeichnet mit den 30 Bands, die sie enthält, ein eindrucksvolles Bild von der Vielfalt des Kölner Popmusizierens zu Beginn der 1990er Jahre, von »Independents« und Hardrock über Heavy Metal hin zu ausgefallenen Popmusikklängen, Wave, elektronischer Musik, EBM (Electric Body Music) und Techno, englischsprachigem Hip-Hop sowie jenem eben erwähnten Rap in kölschem Dialekt.



Abb. 6 a und b: Die LP mit dem Titel *Underground Explosion* (links) und der erste Gewinner-Sampler des »Rock de Cologne« 1988 (rechts).

Der erste Gewinner-Sampler des »Rock de Cologne« 1988 (vgl. Abb. 6b) dagegen enthält ausschließlich sehr melodiose Popmusik<sup>5</sup> und erfuhr deshalb in der alterna-

<sup>5</sup> Ein Zusammenschnitt der zehn Gewinnersongs kann hier gehört werden: URL: [www.rockdecologne.de](http://www.rockdecologne.de)

tiven Presse eine eher kritische Beurteilung: »Jedenfalls ist eine Compilation dabei herausgekommen, für die der Begriff Schmuserock schon zu viel des Lobes wäre. [...] Wenn das die Zukunft der Rockmusik in Köln ist, dann wird es langsam Zeit auszuwandern« (Wiedenhöfer 1988: 125). Dieses Wettbewerbsergebnis lag zum Teil auch an der Ausschreibung des »Rock de Cologne«. Elektronische Musik sollte nicht berücksichtigt werden, »handgemachte« Musik sollte gespielt werden:

»Wobei man mich damals, als ich mit dieser handgemachten Geschichte anfang, so ein bisschen ausgepiffen hat. Wer spielt denn heute noch selber Gitarre und so was alles. [...] Aber wir haben das dann durchgesetzt und wir haben das ein paar Jahre gemacht« (Cremer, Interview 18.08.2014).

Damit waren allerdings die damals aktuellen Bereiche der elektronischen Musik, des Samplings und Rap mit Scratch-Technik zunächst mehr oder weniger ausgeschlossen.

### **Wer kann teilnehmen?**

Alle "Rock - Funk - Punk - Blues - Jazz - Pop - Heavy Metall - New Wave - Reggae - New Age - oder - was - es - sonst - noch - gibt - Bands"

### **Wer kann teilnehmen?**

Alle Kölner "Rock-Blues-Rap-Funk-HipHop-Heavy Metal-Rave-Wave-New Age-Soul-Raggae-Pop-oder was es sonst noch gibt-Bands"

Abb. 7: Ausschreibungstexte 1988 (oben) und 1994 (unten).

Vielleicht gab es 1988 neben dem einschränkenden Ausschreibungstext (vgl. Abb. 7 oben) weitere Ursachen für den Kuschelrock, vielleicht die bange Frage, was man denn der Sparkassen-Kundschaft zumuten könne? Dies ist dem Wettbewerbsveranstalter und Pressesprecher der Stadtsparkasse allerdings nicht bewusst: »Wenn es sich weichgespült anhört, oder wenn man den Eindruck hat, es sei alles ein bisschen weichgespült, dann: Verweis an die Jury! [...] Also, ich hätte gegen was Originelles nichts gehabt« (Cremer, Interview 18.08.2014).

Fragen wir die Jury. Winfried Bode, der ihr mehrfach angehörte, erinnert sich

eines anderen Grundes für den Mainstream, nämlich, dass sich avantgardistische Bands erst gar nicht beworben hätten:

»[...] dass da kaum, in Richtung Nichts tendierend, etwas dabei war, was man im weitesten Sinne unter independent oder alternative bezeichnen konnte. Und ich vermute, dass das daher kommt, dass man in diesen etwas progressiveren Kreisen es einfach nicht cool fand, bei einem Wettbewerb einer Stadtparkasse mitzumachen. [...] Schon allein der Begriff Pop-Rock ist ja ein Unwort für die Vertreter des progressiven Lagers, des Indie-Lagers« (Bode, Interview 13.8.2014).

Die Stücke des zweiten Gewinner-Samplers (1990) erwiesen sich als abwechslungsreicher und mutiger in ihren Klängen. Selbst ein computergeneriertes Stück war nun unter den Siegern, allerdings kein Techno, sondern eher ein New-Age-artiger, psychedelischer Synthie-Pop. In der vierten Ausschreibung des Wettbewerbs (1994) wurden die neuen Popmusikgenres Rap, Hip-Hop, Rave in den Ausschreibungstext explizit aufgenommen (vgl. Abb. 7 unten), doch im Gewinnerspektrum – mit einer Ausnahme – immer noch nicht realisiert, möglicherweise durch Einflussnahme des Organisators Cremer: »Wir haben zwar diesen umfassenden Musikbegriff gehabt, diese Blues – Rap – und sonst was alles, aber die Jury war schon so ein bisschen gebrieft in Richtung klassischer Rockmusik« (Cremer, Interview 18.08.2014). Erst im letzten Wettbewerb 1996 ist unter den ausgewählten Songs eine Zunahme aktueller Genres zu verzeichnen: ein – wenn auch sehr balladeskes – Heavy Metal-Stück, zwei Raps, eine elektronische, experimentelle Komposition. Kölns Musikszene war Mitte der 1990er Jahre allerdings schon längst weit über die städtischen Grenzen hinaus bekannt für ihre elektronische Popmusik, den so genannten »Sound of Cologne«.

Insgesamt bleibt der Eindruck, dass sich zwar die Vielfalt popmusikalischer Genres im Laufe der fünf »Rock de Cologne«-Wettbewerbe vergrößert hat, dass aber Vorsicht die Mutter der Porzellanliste blieb: Bei den Gewinnern ist wenig Abweichung vom Mainstream festzustellen, und der innovative »Sound of Cologne« fand sich in dem Gewinnerspektrum nicht wieder, so dass man nicht von einem progressiven Einwirken des Wettbewerbs auf die Musik der Kölner Musikszene ausgehen kann.

## 6. Wie Bands und Musiker den Wettbewerb erlebten

Bei den von der Verfasserin nach mehr als zwanzig Jahren befragten Musikerinnen und Musikern blieben im Besonderen diese Preise des Wettbewerbs in herausragender Erinnerung: die Studioaufnahme und der Liveauftritt. Die Wettbewerbsge-

winner erhielten Gelegenheit, eine professionelle Aufnahme in einem renommierten Tonstudio zu machen: den »Dierks-Studios« in Pulheim bei Köln. In diesem Studio wurden etwa auch die Scorpions, »Die Toten Hosen«, Rory Gallagher und Michael Jackson aufgenommen:

»Das war natürlich damals was Besonderes, weil die Dierks-Studios berühmt sind« (Peitzmeier, Interview 02.09.2014).

»In dem Jahr durften wir dann die Plattenaufnahme dieses einen Stücks machen und haben das schon als tolles Erlebnis empfunden, weil wir bis dahin noch nie in einem Studio gewesen sind« (Postert, Interview 01.09.2014).

»Was es wirklich gebracht hat, war die Aufnahme im Dierks-Studio. Das war schon sehr schön. Wir hatten das seltene Glück, dass sie zur gleichen Zeit »Mother's Finest« aufgenommen haben. Da saßen wir, und dann kamen »Mother's Finest« – die Sängerin und der Bassist – und sagten: »Hallo! Man war »Kollege«. Das war natürlich ein ganz tolles Gefühl« (Weyres, Interview 27.08.2014).

Das Studio bot zudem ein überwältigendes technisches Equipment, das Amateurbands in der Regel nicht zur Verfügung stand – und von den »Rock de Cologne«-Gewinnern auch reichlich genutzt wurde, »fast bis zum Identitätsverlust«, wie in der Presse bemängelt wurde (hp 1990). Ein weiteres Problem hinsichtlich des Studios blieb einem der interviewten Musiker in intensiver Erinnerung: das fehlende Verständnis des professionellen Studio-Tontechnikers gegenüber den Belangen von Amateurmusikern.

Die Aufnahmen der Siegersongs wurden auf einem LP-Sampler, ab 1992 auch als CD veröffentlicht. 1994 wurden zudem Videoclips erstellt. Diese Möglichkeit der Veröffentlichung war in jenen Jahren für Bands äußerst interessant, denn Ende der achtziger, Anfang der neunziger Jahre standen Internet-Plattformen wie Myspace, SoundCloud, Youtube oder Facebook noch nicht zur Verfügung. Auch die professionelle Erstellung von Musikvideos war in der ersten Hälfte der neunziger Jahre ein sehr attraktiver Preis, da zu jener Zeit Musikclips eine Renaissance in Deutschland erlebten, die Bands sie aber nicht selbst in angemessener Qualität erstellen konnten. Darüber hinaus besaß und besitzt der Sampler einen individuellen Erinnerungswert:

»Dieser Gewinner-Sampler – für einen selbst auch so eine bleibende Erinnerung zu haben, mit einer wirklich guten, repräsentativen Aufnahme – das war eigentlich, zusammen mit dem Auftritt auf der »PopKomm«, das Krönende gewesen« (Postert, Interview 01.09.2014).

»Die Platte habe ich natürlich immer noch, das ist ja klar [lacht]. Das hebt man natürlich auch auf, sowas« (Weyres, Interview 27.08.2014).

Die Auftritte der Siegerbands fanden im »Luxor« statt, einem Kultclub für Live-Auftritte, später in der ebenso herausragenden »Live Music Hall« und auf dem Ringfest anlässlich der »PopKomm«. Früher wie heute wäre es für unbekannte Bands nahezu unmöglich, solche Auftrittsmöglichkeiten selbst zu generieren.

»Das Schönste war der Auftritt in der »Live Music Hall« vor diesen vielen Leuten, die auch wegen uns gekommen sind. Das hat schon richtig Spaß gemacht! Die Bedingungen – Crew, Anlage, Sound – in der »Live Music Hall« waren perfekt« (Kühn, Interview 28.08.2014).

Die Chance, vor einem größeren Publikum aufzutreten – in dem womöglich Scouts der Major Companies anwesend sind – und die Veröffentlichung einer technisch anspruchsvollen Aufnahme, weckte bei vielen Bands die Hoffnung, einen Schritt in Richtung Professionalisierung getan zu haben. Die Wettbewerbsbedingung des »Rock de Cologne« spielte mit diesem Wunsch durch die Verwendung des Wortes »noch«: Die teilnehmenden Musiker sollten »noch Amateure« sein. Auf den Traum, mit Hilfe des Wettbewerbs eine Profi-Karriere verwirklichen zu können, verweisen einige damalige Äußerungen von Musikern, beispielsweise von Alex Breidenbach, der zweimal einer »Rock de Cologne«-Siegerband angehörte und gegenüber der Lokalpresse seiner Hoffnung Ausdruck verlieh: »Von der Musik leben zu können, wäre das Größte. Dafür würden wir alles andere aufgeben« (zit. nach Ramme 1990).

Jurymitglied Bode hatte allerdings »damals nicht den Eindruck, dass die Sparkasse selber bewusst überzogene Erwartungen geschürt hat« und schreibt diese Illusion eher jugendlicher Unerfahrenheit zu (Bode, Interview 13.08.2014). Auch beim »Rock de Cologne« bewahrheitete sich, was Helms/Phleps (2005: 8) in der Einleitung ihres Sammelbandes *Keiner wird gewinnen* feststellten: »Meist blieben die Sieger von Popmusikwettbewerben eher Gestalten am Rande der Geschichte.«

Und nicht nur das: Statt einer Förderung führte, wie anfangs erwähnt, der Erfolgsdruck, der durch den Wettbewerb entstehen kann, bei etlichen Bands zur Auflösung. »Je mehr eine Band irgendwelche Erfolge vorzuweisen hat, desto mehr gerät sie unter Leistungsdruck«, beklagte ein Amateur-Rockmusiker (Hagedorn, Interview 14.09.1989). Nach dem ersten Wettbewerb 1988 zeigte »die fünfköpfige Formation *Projekt* [...] zwei Tage nach ihrem Auftritt bereits Zerfallserscheinungen. [...] Auf dem Weg zum Starruhm fühlt er [ein Bandmitglied, die Verf.] sich als Komponist und »Kopf« der Band von seinen Mitmusikern im Stich gelassen« (Ramme 1988b). Zwei weitere Beispiele: Christiane Weyres, die Sängerin von »Crizzy Why's«, einer

Siegerband von 1990, stieg ein Jahr nach dem Wettbewerb aus, als es zu unterschiedlichen Vorstellungen hinsichtlich des zeitlichen Engagements kam:

»Es war nie eine Pause dazwischen, nie ein kreativer Break. Und den hätte ich da gebraucht. Die beiden anderen aber wollten irgendwie richtig loslegen« (Weyres, Interview 27.08.2014).

Allerdings schreibt sie diesen Druck nicht dem Wettbewerb, sondern der eigenen Band zu:

»Ich hatte das Gefühl, die Band macht sich den Stress da selber. Wir hätten da auch ruhig mal zwei Wochen Ferien machen können und danach weiter proben. Und mal in Ruhe. Das war schon hausgemachter Stress« (Weyres, Interview 27.08.2014).

Der Musiker Horst Kuretitsch verließ die Band »The Plot« rund drei Jahre nach ihrem Sieg, weil die Professionalisierung immer noch nicht erreicht war:

»Ich musste mich beruflich umorientieren, weil ich nicht in der Lage war, meinen Lebensunterhalt damit zu verdienen. Und da bin ich eben in eine andere Richtung gegangen« (Kuretitsch, Interview 19.08.2014).

Die Band spielte noch zwei bis drei Jahre ohne ihn weiter, bis zu ihrer Auflösung. Jurymitglied Bode beobachtete:

»Bands lösen sich tatsächlich oft ausgerechnet dann auf, wenn ein Schub nach vorne ansteht, da kriegen viele doch kalte Füße [...] Manchmal sind die Erwartungen überzogen, und sie denken, jetzt geht's richtig los, und es geht dann doch nicht so richtig los – also, dass dann auch Illusionen sich auf einmal auflösen« (Bode, Interview 13.08.2014).

Zwanzig Jahre nach dem Wettbewerb »Rock de Cologne« jedoch gibt es hinsichtlich des Bestehens und Vergehens der Siegerbands auch andere, positive Ergebnisse. Die Gewinner, die von der Verfasserin wiedergefunden wurden und zu einem Interview bereit waren, sind größtenteils als Amateur-Rockmusiker aktiv geblieben. Einzelne Bands blieben sogar bis heute bestehen. Auch gibt es das Phänomen, dass sich damalige Musiker nach vielen Jahren aufs Neue in einer Band oder zu einem Auftritt zusammengeschlossen haben. Zwei der Musiker der bereits erwähnten Band »Projekt« etwa, die zwei Tage nach ihrer Siegerehrung zerfallen war, spielen heute unter dem Bandnamen »Ganztagshelden« noch zusammen. Der Bassist und der Schlagzeuger der ehemaligen Band »Crizzy Why's« sind seit 2008 wieder in einer Bluesrock-Band vereinigt. Horst Kuretitsch, der sich beruflich neu orientierte, ist nun Mitglied einer Amateurband namens »Skitch 4«, der auch sein Sohn und zwei junge Sängerinnen angehören, und in dieser Formation stand er im letzten Jahr gemeinsam auf der Bühne mit einer anderen

damaligen Siegerband, »Ville 29«. Diese letztere Band, die 1994, und die Band »Liebestöter«, die 1996 gewann, sind Bands, die bis heute bestehen blieben. Das lag bei diesen beiden Bands offensichtlich nicht nur an der übereinstimmenden musikalischen Entwicklung, sondern auch an ihrer homogenen Auffassung hinsichtlich ihres Status als Amateurband. Ihr Musizieren blieb ein geliebtes Hobby:

»Professionell zu werden war nie unsere Absicht. Wir hatten ja alle Jobs. Andere Leute gehen zum Kartenspielen, und wir gehen zum Musikmachen. Wenn wir Lust haben zu spielen, spielen wir. Wir haben ein eigenes Tonstudio. Wenn wir Lust haben, nehmen wir Lieder auf. Das macht uns nach wie vor Spaß« (Kühn, Interview 28.08.2014).

## 7. Das Ende des »Rock de Cologne«

1996 fand der fünfte und letzte »Rock de Cologne« statt. Nach Ansicht des Organisators Cremer als auch des Jurymitglieds Bode wurde dieser Wettbewerb beendet, weil er »sich überholt hatte. Es waren nicht Etat-Gründe. Ich bin also fast sicher, wir haben danach irgendwas anderes gemacht. Vielleicht war es einfach genug« (Cremer, Interview 18.08.2014). Ob die zu der Zeit aktuellen Entwicklungen wie das Computersampling und andererseits das Boygroup-Casting einen Rockwettbewerb herkömmlicher Art in Frage stellten, sei dahingestellt. Das Ende lag wohl in der Natur der Sache als Sparkassenwettbewerb, da er als Werbemaßnahme für die Stadtparkasse nach dem fünften Wettbewerb ausgereizt war.

## 8. Fazit

Eine Unterstützung des innovativen Teils der Kölner Populärmusikszene ist der Wettbewerb »Rock de Cologne« nicht gewesen. Den Bands zur Professionalisierung verhelfen konnte er auch nicht. Aber er war im Leben der befragten Musiker(innen) ein besonderes Ereignis, an das sie sich auch zwanzig Jahre später erinnerten. Sie haben weitgehend positive Erinnerungen an den Wettbewerb. Im musikalischen Leben der Siegerbands stellte sich der »Rock de Cologne« als ein Höhepunkt heraus, insbesondere die professionelle Aufnahme in einem renommierten Studio und der Live-Auftritt vor großem Publikum in einer besonderen Location sind Erinnerungen von großem Wert geblieben – auch wenn sich der Wunsch nach Professionalität nicht erfüllen konnte. Die befragten Gewinner blieben aber fast ausnahmslos dem Musizieren als Hobby treu:

»Musik war immer wichtig, aber halt ein Hobby – eines der schönsten Hobbys, die es gibt« (Postert, Interview 01.09.2014).

## Literatur- und Quellenverzeichnis

- Bayer, Lars. 1999. »Popkulturförderung in NRW«. In »Tief im Westen ...«. *Rock und Pop in NRW*. Hg. Christine Flender/Ansgar Jerrentrup/Uwe Husslein. Köln: Emons-Verlag. S. 30–47.
- Cremer, Michael. 1995. *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Banken und Sparkassen*. Wiesbaden: Gabler.
- Helms, Dietrich. 2005. »Von Marsyas bis Küblböck. Eine kleine Geschichte und Theorie musikalischer Wettbewerbe«. In *Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb*. Hg. Dietrich Helms/Thomas Phleps. Bielefeld: transcript. S. 11–39.
- Helms, Dietrich/Phleps, Thomas. 2005. »Editorial«. In *Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb*. Bielefeld: transcript. S. 7–9.
- hp. 1990. »Ein Studio wartet auf die Sieger«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 03.08.1990.
- Kohlenberg, Markus. 1994. *Musik sponsoring. Grundlagen, Strategien, Beispiele*. Wiesbaden: DUV Deutscher Universitätsverlag.
- Kunst- und Kulturausschuss im Rat der Stadt Köln. 1985. Niederschrift vom 06.08.1985.
- Loh, Hannes. 1999. »Ich weiß noch genau wie das alles begann ...«. Ursprung und Entwicklung der deutschen Hiphop-Szene und ihre spezielle Ausprägung in NRW. In »Tief im Westen ...«. *Rock und Pop in NRW*. Hg. Christine Flender/Ansgar Jerrentrup/Uwe Husslein. Köln: Emons-Verlag. S. 216–235.
- O.A. 1989. »Fesselnde Reise durch Kölns Rock und Wave«. In *Kölnische Rundschau*, 05.08.1989.
- Ramme, Norbert. 1988a. »Das Klagelied vom Kölner Rock«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 09.06.1988.
- Ramme, Norbert. 1988b. »Preis gab Musikszene wieder neuen Schwung«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 31.08.1988.
- Ramme, Norbert. 1990. »Zehn auf einer Langspielplatte.« In *Kölner Stadtanzeiger*, 05.12.1990.
- Ramme, Norbert. 1991a. »Scratches« kostet so manche Platte«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 25.02.1991.
- Ramme, Norbert. 1991b. »Rocktalente drängen nach vorn«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 08.03.1991.
- Schergel, Frank. 2002. *Ohne Musik ist quasi alles lau. 33 1/3 Jahre Kölner Musikszene*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Schmitz-Normann, Rüdiger. 1989. »Marketing wird immer wichtiger. Blick auf die Kölner Rockszenen. Serie, 3. Teil«. In *Kölner Stadtanzeiger*, 29.09.1989.
- Stadtparkasse Köln. 1994. *Dem Nachwuchs eine Chance. Rockmusikwettbewerbe in Deutschland*. Köln: Eine Dokumentation, zusammengestellt von der Stadtparkasse Köln.
- Wiedenhöfer, Albert. 1988. »Der Stand der Dinge oder: was ist aus der Kölner Rockszenen nur geworden?« In *Stadtrevue*, Heft 12, 1988. S. 124f.

## Interviews

- Bode, Winfried (Jury-Mitglied), 13.08.2014.  
Cremer, Michael (Stadtsparkasse Köln), 18.08.2014.  
Hagedorn, Holger (Amateur-Rockmusiker), 14.09.1989.  
Kühn, Hanno (Ville 29), 28.08.2014.  
Kuretitsch, Horst (The Plot), 19.08.2014.  
Peitzmeier, Gerd (Sister Orange), 02.09.2014.  
Postert, Klaus (Liebestöter), 01.09.2014.  
Weyres, Christiane (Crizzy Why's), 27.08.2014