

Wie die Populärkultur nach Deutschland kam

# Wie die Populärkultur nach Deutschland kam

Transatlantische Geschichten aus dem 20. Jahrhundert

# Christian Huck

Textem Verlag

Christian Huck

»Wie die Populärkultur nach Deutschland kam.  
Transatlantische Geschichten aus dem 20. Jahrhundert«

Textem Verlag, Hamburg 2018  
ISBN 978-3-86485-187-2

Umschlagbild: The Fantastic Devils in der Vaasa-Halle in Kiel,  
Foto: Thorsten Hoffmeister

Lektorat & Korrektur: Textem  
Gestaltung: Christoph Steinegger / Interkool  
Druck: druckhaus köthen

Vorwort	
I. Die Hamburg-Amerika Bar Mitmischen	8
II. Alwin Eichlers Buffalo Bill Vertrieb macht Gelegenheit	38
III. Saxophone und Girls Instrumente der Macht	66
IV. Warten auf den Detektiv aus Amerika Im/Mobilität	98
V. Jeans-Rebellen Kultur ist nichts Ungewöhnliches	128
VI. Basketball in Bamberg Exterritoriale Massenerlebnisse	160
VII. Daniel Boone, ein Pionier im Osten Ideologie der Fernsehserie	192
VIII. Breakdance in Kiel, NY Medial geflasht	224
IX. LAN Partys Gemeinsam einzeln sein	254

Anmerkungen	282
Bildnachweis	312
Register	313
Danksagung	317

Populärkultur eröffnet Möglichkeiten, die über das Gegebene hinausgehen; das ist insbesondere für diejenigen attraktiv, die nicht mit dem Gegebenen zufrieden sind. Populärkultur, wie sie hier dargestellt und analysiert wird, entspringt den jeweiligen sozialen, ökonomischen, politischen und technologischen Bedingungen ihrer Zeit und ihres Ortes und weist zugleich über diese hinaus, indem sie Fremdes und Neues in sich aufnimmt – und so den gewohnten Alltag in verlockende Angebote verwandelt.

Dieses Buch fächert die vielfältigen Formen auf, in denen Populärkultur sich ereignet. Einzelne Kapitel sind exemplarischen Konstellationen gewidmet: Wann und wie ein geselliger Ort, eine Sportart oder eine Fernsehserie zu einem Ereignis der Populärkultur wird, soll jeweils im Detail gezeigt werden. Nur im Kapitel über die Jeans werden die Beobachtungen am konkreten Beispiel mit allgemeineren Überlegungen zum Begriff der Populärkultur konfrontiert.

Die Beispiele in diesem Buch verteilen sich über das gesamte 20. Jahrhundert und beleuchten unterschiedliche Facetten und Aspekte von Populärkultur sowie deren Bezug zu Amerika. Ein Anspruch auf Vollständigkeit wird nicht erhoben; ikonische Phäno-

mene der Amerikanisierung wie der Hollywoodfilm, Rock-'n'-Roll-Schallplatten oder McDonald's-Restaurants wurden zugunsten seltener beschriebener Phänomene wie Groschenhefte, Basketball oder LAN Partys ausgelassen. Man kann die einzelnen Geschichten über Breakdance, Detektive oder Cocktailbars durchaus für sich lesen. Ein komplexeres Verständnis von Bedeutung und Wirken der Populärkultur entwickelt sich aber erst in der Gesamtschau.

Und vielleicht noch eins: Der Titel des Buchs ist ein wenig irreführend. Die Populärkultur ist nicht einfach so nach Deutschland gekommen. Kultur verändert sich anlässlich von Begegnungen mit ›fremden‹ Phänomenen, aber immer nur auf Basis ihrer eigenen Traditionen und Bedingungen. Populärkultur ist auch nicht allein Ergebnis der Begegnungen mit den USA; englischer Fußball, französische Melodramen und italienische Eisdielen haben sicher auch ihren Beitrag geleistet. Und natürlich gab es auch Formen der Populärkultur vor dem 20. Jahrhundert; das hängt davon ab, wie weit man den Begriff fassen möchte. Das transatlantische Ereignis der Populärkultur im 20. Jahrhundert ist dennoch ein ganz besonderes. Viel Vergnügen damit.



## Die Hamburg-Amerika Bar Mitmischen

1901 eröffnete die Hamburg-Amerikanische Packetfahrt-Actien-Gesellschaft (kurz: Hapag) auf der südlichen Elbseite die Auswanderer-Hallen der Hamburg-Amerika Linie.<sup>1</sup> Zu Beginn des 20. Jahrhunderts nutzten jedes Jahr mehr als Hunderttausend Menschen Hamburg als ›Tor zur Welt‹, genauer gesagt: zur ›Neuen Welt‹. Europa und das deutsche Kaiserreich boten ihnen keine Aussicht, ein Leben zu führen, wie sie sich es vorstellten: Es fehlte an freiem Land und fairen Jobs genauso wie an politischer und religiöser Freiheit. Fast jeden dritten Tag fuhr zu dieser Zeit ein riesiges Schiff von Hamburg aus in die USA; die *Pennsylvania* etwa fasste 2700 Passagiere, davon 2300 im Zwischendeck für Auswanderer. Amerika war in Hamburg ein Begriff, die Verbindung stets präsent: Amerika versprach ein Ende des Mangels und der Beschränkungen, versprach Fülle und Freiheit.

Für die meisten bedeutete das Betreten des Schiffs im Hamburger Hafen den Abschied vom bisherigen Leben. Sie ließen ihre Verwandten zurück, häufig die Eltern, manchmal Mann oder Frau und Kind; schon der Weg nach Hamburg war oft mit großem Aufwand verbunden, auch finanziell, in Hamburg wurde dann noch das letzte Hab und Gut zu Geld gemacht. Für einen Neustart in den USA setzte man alles auf eine Karte. Mit dem Abschied kam aber auch die Angst, nicht nur vor der strapaziösen, oft unruhigen, manchmal gefährlichen Reise, sondern auch davor, bei der Einreise abgewiesen zu werden. Über allem stand die Sorge, ob sich der hohe Einsatz wirklich lohnen würde, ob die Versprechen wahr würden. Unzählige Briefe an die Daheimgebliebenen berichten von den Erfahrungen des Abschieds, der Überfahrt und des Neuanfangs – und manchmal auch des Scheiterns.

Aber vielleicht musste man gar nicht unbedingt die Strapazen einer transatlantischen Reise auf sich nehmen, um in den Genuss der amerikanischen Segnungen zu kommen? Kaum ein Jahr nach Eröffnung der Auswandererhallen erschien ein vielbeachtetes Pamphlet über *Die Amerikanisierung der Welt*: »Befreit von allen Fesseln der

Vorurteile, Überlieferungen und alteingebürgerter Einrichtungen, die die Völker der alten Welt einschränken«, hatten sich die USA demnach an die Spitze des Fortschritts gesetzt.<sup>2</sup> Und wer den »Trend des 20. Jahrhunderts«<sup>3</sup> nicht verpassen wollte, der sollte es Amerika gleichtun und die Fesseln abwerfen. Hamburg und Berlin galten als deutsche Vorreiter in Sachen Amerikanisierung: »Sie sind amerikanisch in der Schnelligkeit ihres Wachstums, amerikanisch in ihrer nervigen Thatkraft, amerikanisch in der weitgehenden Einführung schneller Transportangelegenheiten.«<sup>4</sup>

1902 eröffnete im Hamburger Stadtteil St. Pauli die Hamburg-Amerika Bar und blieb bis zum Beginn des Ersten Weltkriegs ein zentraler Ort im Nachtleben rund um die Reeperbahn. Auch wer in die Hamburg-Amerika Bar eintrat, nahm Abschied vom gewohnten Alltag; wer in die Hamburg-Amerika Bar ging, hoffte die »Fesseln der Vorurteile, Überlieferungen und alteingebürgerter Einrichtungen« lockern zu können – wenn auch nur für ein paar schöne Stunden. Doch weiß man über die alltäglichen Träume und Wünsche der Barbesucher weit weniger als über die Motive und Zwänge der Auswanderer. Aus der Bar hat niemand Briefe geschrieben; ein paar dahingekritzelte Grüße auf den ausliegenden Werbepostkarten vielleicht, aber mehr nicht. Wahrscheinlich haben die Barbesucher sich auch selbst weniger Klarheit darüber verschafft, warum sie dort- und nicht woandershin gingen. Anders als für die Auswanderer hing davon nicht das ganze Glück ab; die Barbesucher wollten nicht unbedingt ein neues Leben, sie wollten es nur ein wenig besser machen. Darüber führte kaum jemand Buch.

Das hat Konsequenzen für die Forschung. Was die Hamburg-Amerika Bar ihren Besuchern zu bieten hatte, muss rekonstruiert werden: anhand des Interieurs, des Umfelds, der Getränke, die dort angeboten wurden, anhand der Eigenwerbung und von Zeitungsberichten, die der Bar bestimmte Bedeutungen zuschrieben. Erst in späteren Kapiteln dieses Buchs werden auch Zeitzeugen zu Wort kommen, die selbst aktiv an Populärkultur teilgenommen haben, die selbst Breakdance getanzt haben (Kap. VIII) oder selbst Basketball-Fans gewesen sind (Kap. VI); doch auch dabei zeigt sich, dass das Wissen über das selbst Erlebte die Bedeutung der Ereignisse nicht immer ganz fassen kann. Ohne die Kontexte, in denen die subjektiven Erfahrungen stattfinden, wird der Unterschied, den das Erlebte

gemacht hat, niemals vollständig erkennbar. Was also hatte die Hamburg-Amerika Bar ihren Besuchern zu bieten, das andere Etablissements nicht zu bieten hatten? Und was hat das mit Amerika zu tun?

### Neu-St. Pauli und die Anfänge der Populärkultur

Was die Hamburg-Amerika Bar ihren Gästen zu bieten hatte, war auf jeden Fall neu. Sie war die wohl erste Einrichtung ihrer Art in Deutschland, sie bot völlig neuartige Getränke (Cocktails), eine völlig neue Art von Personal (Mixer) und ein völlig neues Möbelstück (die Bar). Und sie erschien vielen Beobachtern als Sinnbild einer neuen Vergnügens- und Unterhaltungskultur. Populärkultur unterscheidet sich nicht nur von etwas, das man gemeinhin als Hochkultur oder Kunst bezeichnet; sie setzt sich zugleich von etwas ab, das zumindest in der Rückschau häufig als Volkskultur bezeichnet wird. Tatsächlich existiert die Populärkultur nur im Spannungsfeld einer solchen doppelten Absetzung: mit einem Auge auf die Träume der Vergangenheit, mit dem anderen auf die Versprechen der Zukunft schielend, aber mit beiden Beinen im Jetzt und Hier stehend.

Als die Hamburg-Amerika Bar am Spielbudenplatz 26 ihre Türen öffnete, wurde klar, dass die Zeiten sich geändert hatten: »St. Pauli, der weltbekannte Vergnügensort Hamburgs, ist in den letzten Jahren vielfach ins Hintertreffen geraten, so daß nicht mit Unrecht die Befürchtung auftauchte, die Jahrhunderte alte Vergnügensstätte,

Spielbudenplatz um 1905, links neben dem St. Pauli Tivoli (mit Billard-Saal im Obergeschoss) die Amerika Bar von August Piefo, rechts außerhalb des Bildes das Ernst Drucker Theater (heute: St. Pauli Theater)



auf der sich schon unsere Urahnen amüsirten, werde bald der Vergangenheit angehören.« Doch der *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* vom 8. Mai 1903, der diese Sorge vorbrachte, konnte beruhigen. Das Ende St. Paulis, wie man es kannte, ermöglichte zugleich einen neuen Anfang: »Das historische St. Pauli [...] wird bald einem Neu-St. Pauli Platz machen, und zwar einem Neu-St. Pauli, das sich den modernsten Forderungen anpaßt. Überall sind rührige Hände tätig, um St. Pauli in neuem Glanze erstrahlen zu lassen.« »Elektrische Bogenlampen« lösen die alten Gaslaternen ab und werden »den Straßenzug abends mit blendender Helle übergießen«; auch die Straßenbahn wird elektrifiziert; erste Kinovorführungen werden dargeboten; neue Cafés eröffnen, die »die Schönheiten und Eigenheiten der Pariser, Londoner, Berliner, Wiener, Budapester usw. in sich vereinigen werden«; »Fahrstühle verbinden die einzelnen Lokalitäten untereinander« und alles erstrahlt »im prachtvollen Style neu«. Auf dem neusten Stand der Technik, international durchmischt, voller Mobilität – so sah man eine Zukunft, für die auch die Hamburg-Amerika Bar stehen sollte.<sup>5</sup>

Und was verschwand mit dem alten St. Pauli? Das Zentrum des Vergnügens war im alten wie im neuen St. Pauli der Spielbudenplatz, doch nur im alten trug er seinen Namen zu Recht: Schon bald nach Ende der französischen Besatzung zu Beginn des 19. Jahrhunderts fand man dort »hölzerne Buden mit Menagerien, Caroussels, Theatern, Wachfiguren etc. und am Sonntag-Nachmittage versammelten sich Tausende von Menschen, um die Herrlichkeiten anzuschauen«.<sup>6</sup> Auf dem schmalen Gebiet zwischen Hamburger Millerntor und Altonaer Nobistor konnten Schausteller und Gewerbetreibende aller Art und aus aller Welt Dienste anbieten, die innerhalb der Stadtmauern weniger gern gesehen waren; das zog nicht nur die »Volksmenge« an, sondern daneben auch den »Mittelstand« und die »Honoratioren« – auch wenn diese oft ein wenig abseits standen.

Das »Eldorado der Hamburger Bevölkerung« war zur Attraktion nicht nur für die berühmt-berüchtigten Seeleute und Matrosen geworden: »Alt und Jung strömten am Sonntagnachmittag hinaus, um sich von der Arbeit der Woche zu erholen, hier suchten und fanden sich Bekannte, hier feierten Seiltänzer, Kunstreiter, Gaukler, Thierbändiger etc. etc., ihre Triumphe, hier wurde auf Karren und in Krambuden alles Mögliche feilgeboten: Eßwaren, Früchte,

Spielsachen, Manufacturen, Bücher, Curiositäten etc.« Kurzum: »Dem echten Hamburger war die ganze Woche verdorben, wenn er nicht wenigstens auf eine Stunde mit Frau und Kindern [den Spielbudenplatz] besucht hatte.«<sup>7</sup> Das alte St. Pauli war, zumindest in mancher Erinnerung, ein Ort des wuseligen Vergnügens für alle und jeden gewesen, ein Ort der bunten Attraktionen und schrägen Sensationen; hier feierte die »Volksmenge« selig vor sich hin, wenn die Arbeit getan war.

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts mussten die Buden und Stände jedoch zunehmend den Angeboten in den neu entstehenden festen Gebäuden rund um den Spielbudenplatz weichen, überwacht und reguliert von der neu errichteten Davidwache.<sup>8</sup> Mit Aufhebung der nächtlichen Schließung der Stadttore verlagerte sich das Vergnügen zunehmend vom Wochenende in die täglichen Abendstunden und damit in elektrisch beleuchtete Gebäude. Nur die erfolgreichsten und vor allem geschäftstüchtigsten Schausteller überlebten. Kalkulierbares Vergnügen nahm den Platz von flüchtigem Spaß ein. Und während man den alten Spielbudenplatz auch ohne Geld besuchen konnte, war das neue St. Pauli vor allem auf Lohnarbeiter und Angestellte ausgerichtet, die neben Geld auch über geregelte Arbeits- und Freizeiten verfügten.

Nicht jeder stand Neu-St. Pauli so positiv gegenüber wie der oben zitierte *General-Anzeiger für Hamburg-Altona*. Für andere, wie den zeitgenössischen Historiker Dr. Joseph Heckscher, »ist die Unterhaltung des Mannes aus dem Volke, die er sonst für wenige Schillinge auf der Straße fand, zugrunde gerichtet worden und er muß seine Zeit jetzt für schweres Geld in den Bierpalästen bei Musikautomaten oder sonstiger ohrenzerreißender Musik und noch viel fragwürdigeren Genüssen totzuschlagen suchen«.<sup>9</sup> Heckscher griff bereits gängige Gemeinplätze der Kulturkritik auf: Fortschreitende Kommerzialisierung und Automatisierung sowie ein Hang zum lärmenden Spektakel kennzeichnen hier die neue Unterhaltungskultur. Was zuvor (vermeintlich) vom Volk für das Volk dargeboten wurde, wird nun in Wirtschaftspalästen an das arme Volk teuer verkauft: als immer gleiche Massenware. Von nun an, so die Klage, organisierte das Kapital das Vergnügen für die Leute (und erschwerte damit auch deren unkontrollierte Zusammenkünfte); von nun an gab man sich nicht mehr dem bunten Erleben hin, sondern schlug die Zeit tot.



Anzeigen aus den Programmheften des Sagebiel'schen Doms (1908) und des Eden-Theaters (Mai 1908)

Auch Dr. Arthur Obst, Redakteur beim *Hamburger Fremdenblatt*, erzählte 1902, im Jahr der Eröffnung der Hamburg-Amerika Bar, die Geschichte eines Verfalls: »Das eigentliche Leben, das so recht den Weltruf St. Paulis ausgemacht hat, ist längst verschwunden, und die prächtigen Paläste ersetzen DAS nicht, was die Bretterbuden den Hamburgern jener Zeit waren.«<sup>10</sup> Wie schon bei Dr. Heckscher sind es die neuen, größeren und fester gebauten Vergnügungsstätten, die das »eigentliche«, unverstellte »DAS« vergangener Freuden zerstören – obgleich sie es doch zu fördern vorgeben: »An Stelle der leichten Holzhäuschen sind stolze Steinpaläste entstanden, und wenn auch immer noch Theater, Naturaliencabinette und Gauklerbuden, zu deutsch: Variétés, den Spielbudenplatz füllen, die alte Poesie ist verschwunden.« Wie immer war früher alles besser: »Ich glaubte mich, vor etwa vierzig Jahren, wenn ich St. Pauli durchwanderte, nach dem *merry old England* versetzt, nach dem jetzt so mancher Brite seine sehnsüchtigen Blicke wendet, aber die alte Heiterkeit, der leichtblütige, harmlose Übermut kommen in unseren materiellen Tagen nicht mehr zum Durchbruch.« Wie schon im England des 19. Jahrhunderts wurde demnach jetzt auch in Deutschland der Volkskultur und ihrer »Poesie« durch die Industrialisierung der Garaus gemacht.

## August Piefo und die Hamburg-Amerika Bar

Ganz anders als Dr. Obst und Dr. Heckscher berichtete der *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* am 19. März 1902 zur Eröffnung der »Hamburg-Amerika-Bar«: »Es war ein glücklicher Gedanke des bekannten Variété-Direktors Herrn August Piefo, durch Einrichtung einer amerikanischen Riesenbar in seinem Theater-Variété »Apollo« den Bewohnern unserer Vaterstadt und den vielen hier weilenden Seeleuten eine Original-Bar zu bieten, wie solche Hamburg bisher noch nicht besaß. Das am Sonnabend eröffnete originelle Etablissement dürfte sich der andauernden Gunst des Publikums zu erfreuen haben, denn Herr Piefo hat nichts gescheut, um seine Bar so glänzend und elegant einzurichten, dass sie ständig zu den Sehenswürdigkeiten, die Hamburg bietet, für die Folge gerechnet werden muß.« Nostalgie kam hier nicht auf.

Die Bar wurde von Anfang an als durch und durch amerikanisch wahrgenommen: »Hier läßt Amerika sein Sternenbanner wehen über einer stilvollen American Bar! Da waltet der Yankee [...] mit seinem Stab von Bar-Maids. Wer vorübergeht, ohne einzukehren in dieser Bar, ist ein »Bar-Bar!«, notiert die *Neue Hamburger Zeitung*.<sup>11</sup> Das *Hamburger Fremdenblatt* beginnt seinen Bericht anlässlich der Bareröffnung mit einem schon ernster gemeinten Bekenntnis: »Deutschland steht im Zeichen der Freundschaft für Amerika. Unter Amerika im engeren Sinne verstehen wir Deutschen die »Vereinigten Staaten von Nordamerika«, jenen großen Staaten-Complex, dessen riesiges Wachstum nicht zum Wenigsten mit auf das Conto des rastlosen Fleißes der deutschen Einwanderer zu setzen ist. Dieses Land mit seinen vielen Eigenthümlichkeiten ist die Heimat der »Bars.« Und in eine solche Bar konnten jetzt auch die Daheimgebliebenen gehen.

Kulturpessimist war August Piefo sicher nicht; wo Heckscher und Obst Niedergang und Verfall erblickten, da sah Piefo neue Möglichkeiten. Der »so überaus lebenslustige Mann [...] gehörte wohl zu den populärsten und bekanntesten Persönlichkeiten Hamburgs«, weiß der *General-Anzeiger für*



Die Hamburg-America Bar