

Radio Rock Revolution

Movie Soundtrack/ Various Artists

Release: 17.04.2009 // Label: Mercury // Kat.No:
06025 2703420



Rock Around The Clock

Die Jahre 1964 bis 1967 waren eine immens aufregende Zeit für den Pop, den wir Beat nannten. Sicher, jahrelang schon hatte mitreißende Musik aus Britannien ihren Weg auf unsere Plattenteller gefunden. Rock'n'Roll und Fender-Twang von Cliff Richard & The Shadows oder von Johnny Kidd & The Pirates. Doch kamen die meisten Favoriten aus Amerika, über den Umweg deutscher Plattenfirmen. Stetig, aber leider immer ein paar Wochen hinterher. Und überdies Charts-gefiltert, will sagen: nur was in den USA oder im UK ein Hit war, landete mit entsprechender Verzögerung in den Auslagen hiesiger Plattenläden. Eine eher ärmliche Grundversorgung also mit dem Überlebensmittel Musik.

Das Radio war nahezu nutzlos, nur ein weiteres retardierendes Moment. Unsere Sendeanstalten folgten brav der deutschen Hitparade, in Programmen, die "Schlagerderby" hießen oder "Schlagerskala", wöchentlich jeweils eine knappe Stunde lang und betulich moderiert von onkelhaften Herren, die sich schon mal bei der erwachseneren Zuhörerschaft entschuldigten, wenn die Gitarre ein wenig verzerrt klang oder im Text unbotmäßige Wörter vorkamen. Provinzialismus deutscher Prägung. Doch war die Lage in England kaum weniger trist. Die alte Tante BBC fasste Popmusik nur mit spitzen Fingern an und spielte die Hits des Tages meist nicht einmal in der Originalfassung, sondern in leidlich flotten Orchesterversionen, in pflichtschuldiger Erfüllung alter, längst anachronistischer Verträge mit Plattenfirmen und der mächtigen Musikergewerkschaft. Nein, auch der Popfan im UK wurde stiefmütterlich behandelt, to put it mildly.

CY
PRESS

Agentur für Kommunikationsdienstleistungen
Claudia Penzkofer, Inhaberin
Boppstr. 3/QG EG re., 10967 Berlin
Telefon +49 (0)30 762 133-18
Telefax +49 (0)30 762 133-20
Mobil +49 (0)173 608 64 84
cp@cypress-agentur.de, www.cypress-agentur.de
USt-IdNr.: DE262527376

Das änderte sich schlagartig, als am Ostersonntag des Jahres 1964 ganz Pop-Britannien folgende Botschaft empfing, die von einem Schiff aus gesendet wurde, das ein paar Meilen vor Felixstowe vor Anker gegangen war. "Hello everybody", grüßte DJ Simon Dee, "this is Radio Caroline broadcasting on 199, your all day music station". Beat rund um die Uhr, zu schön um wahr zu sein. Selten unterbrochen nur von Werbung, die den Piratensender finanzierte. Mehr schlecht als recht zwar, denn das Konzept war ein revolutionäres und brauchte ein paar Monate, um sich auch betriebswirtschaftlich durchzusetzen. Dann jedoch machte es Schule. Und wie! Bereits 1965 sendete ein gutes Dutzend Pirate Stations von Schiffen und Forts im Ärmelkanal, vor der Themsemündung, vor der Isle Of Man oder von der Irischen See. Radio London, Radio England, Radio Scotland: nur einige der erfolgreicherer Piratensender, die alles spielten, was neu und heiß war.

Aus der eklatanten Unterversorgung mit Pop im Äther war binnen eines Jahres ein Komplettangebot geworden, das die Nation und insbesondere London zum Swingen brachte. Pop war plötzlich nicht mehr nur Jugendkultur, sondern durchdrang das gesamte gesellschaftliche Leben, war omnipräsent. Und wuchs sich in dieser Zeit zu einer kreativen Kraft aus, die den ganzen Globus in Atem hielt. "British Invasion" nannte man in Amerika nicht von ungefähr die Flut popmusikalischer Produktionen, die Millionen begeisterten. Vor allem die Beatles und Rolling Stones setzten neue Standards, stifteten Identität und kreierten Trends, beinahe täglich. Nicht mit Avantgarde für Minoritäten, sondern wahrhaft subversiv für die Massen wie für Multiplikatoren. Blühende Musiklandschaften entstanden aus einer irrlichternden Vielfalt von Stilen und Sounds. Udenkbar ohne die großzügigen medialen Plattformen, die man Piraten nannte, weil sie am Staat vorbei operierten. Der Regierung ihrer Majestät missfiel das. Nicht, weil die Schiffe kaum seetüchtig waren und die DJs unter abenteuerlichen Bedingungen arbeiteten. Das waren nur zwei von vielen vorgeschobenen Gründen. Nein, Labour-Premier Harold Wilson zog im August 1967 mit dem Marine Offences Act den Stöpsel, weil man ausgemacht hatte, dass dieser schändliche Hedonismus und diese lästige, immer aufmüpfiger werdende Gegenkultur ursächlich mit der Beschallung von See zusammenhing. Die Pirate Stations entzogen sich jeder Kontrolle, tanzten mit ihrer ungehörigen Musik dem Establishment auf der Nase herum und gehörten mithin verboten.

Als Wilsons Gesetz in Kraft trat, strichen die Piraten die Segel und liefen den nächsten Hafen an. Alle? Nein, Radio Caroline widersetzte sich und ging in die Illegalität, mit allen unerfreulichen Konsequenzen. Eigner Ronan O'Rahilly und seine Crew zogen sich in internationale Gewässer außerhalb der 12-Meilenzone zurück und sendeten tapfer weiter. Es ist dieser Akt des Widerstands, auf den in Richard Curtis' tumultuarischer Komödie "The Boat That Rocked" (deutscher Titel: "Radio Rock Revolution") alles hinausläuft. Natürlich ist nichts an diesem Film historisch korrekt, alles wird ins Klamottige überdreht und holzschnittartig überzeichnet. Mit voller Absicht natürlich, denn "der Film will primär unterhalten", so der Regisseur. Also geben sich seine Protagonisten allerlei Frivolitäten hin, Sex & Drugs & Rock'n'Roll halt, und landen am Ende spektakulär im Wasser, während ihr Kahn absäuft.



Agentur für Kommunikationsdienstleistungen
Claudia Penzkofer, Inhaberin
Boppstr. 3/QG EG re., 10967 Berlin
Telefon +49 (0)30 762 133-18
Telefax +49 (0)30 762 133-20
Mobil +49 (0)173 608 64 84
cp@cypress-agentur.de, www.cypress-agentur.de
USt-IdNr.: DE262527376

Wovon der Streifen freilich einen guten Eindruck vermittelt, ist die für diese Ära absolut konstitutive Rolle der Musik. Die schiere Intensität, mit der Radio gemacht und rezipiert wurde, steht in diametralem Gegensatz zum heutigen Kulturklima völliger Beliebigkeit und seiner dudelfunkerischen Einfalt. Auch der Soundtrack mit etlichen musikalischen Errungenschaften jener Tage mag evozieren, was uns damals umtrieb: "I'm Alive" und "I Feel Free" und zwar "All Day And All Of The Night".

Wolfgang Doebeling

Tracklisting:

CD 1

1. Duffy - Stay With Me Baby
2. The Kinks - All Day And All Of The Night
3. The Turtles - Elenore
4. John Fred And His Playboy Band - Judy In Disguise (With Glasses)
5. Martha And The Vandellas - Dancing In The Street
6. The Beach Boys - Wouldn't It Be Nice
7. Smokey Robinson & The Miracles - Ooo Baby Baby
8. Herb Alpert & The Tijuana Brass - This Guy's In Love With You
9. Tommy James & The Shondalls - Crimson And Clover
10. Jeff Beck - Hi Ho Silver Lining
11. The Who - I Can See For Miles
12. The Troggs - With A Girl Like You
13. The Box Tops - The Letter
14. The Hollies - I'm Alive
15. Chris Andrews - Yesterday Man
16. Paul Jones - I've Been A Bad Bad Boy
17. The Tremeloes - Silence Is Golden
18. Skeeter Davis - The End Of The World

CD 2

1. Easybeats - Friday On My Mind
2. The Who - My Generation
3. Cream - I Feel Free
4. Jimi Hendrix Experience - The Wind Cries Mary
5. Procol Harum - A Whiter Shade Of Pale
6. Otis Reading - These Arms Of Mine
7. Jr Walker & The All Stars - Cleo's Mood
8. The Supremes - The Happening
9. The Turtles - She'd Rather Be With Me
10. The Bystanders - 98.6
11. The Kinks - Sunny Afternoon
12. Cat Stevens - Father And Son
13. The Moody Blues - Nights In White Satin
14. Dusty Springfield - You Don't Have To Say You Love Me
15. Lorraine Ellison - Stay With Me (Baby)
16. The McCoys - Hang On Sloopy
17. The Isley Brothers - This Old Heart Of Mine (Is Weak For You)
18. David Bowie - Let's Dance

Für mehr Infos Fotomaterial oder Cover rufen sie mich an oder schauen unter:

www.cypress-agentur.de



Agentur für Kommunikationsdienstleistungen
Claudia Penzkofer, Inhaberin
Boppstr. 3/QG EG re., 10967 Berlin
Telefon +49 (0)30 762 133-18
Telefax +49 (0)30 762 133-20
Mobil +49 (0)173 608 64 84
cp@cypress-agentur.de, www.cypress-agentur.de
USt-IdNr.: DE262527376