

Inhalt

1.	Einführung: Standortbestimmungen	15
1.1.	Die kirchliche Wahrnehmung von Musik in den Medien	15
1.2.	Das Lied als Informationsträger des Wortes Gottes .	17
1.3.	Verkündigung und neue Medien	21
2.	Populäre Musik im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts .	27
2.1.	Europa im Walzerfieber – der Beginn der Unterhaltungsindustrie	27
2.2.	Restaurationsbemühungen der Kirchenmusik	29
2.3.	Volksmusik als Volksmission – die Heilsarmee	32
2.4.	Die Lieder der Arbeiterbewegung	34
2.5.	Zupfgeigenhansl und Wandervogel	36
2.6.	Von Jünglingsvereinen zu Posaunenchor	38
2.7.	Kirchenmusik wird zum Berufsstand	42
3.	Populäre Musik aus der neuen Welt	50
3.1.	Die Lieder der schwarzen und weißen Amerika- Einwanderer	50
3.1.1.	Lateinamerika und die Gitarre	51
3.1.2.	Die Musik der weißen Siedler mit ihren Traditionen aus Europa	52
3.1.3.	Der Rhythmus der schwarzen Sklaven aus Afrika	54
3.1.4.	Polynesische Musik: die Hawaiiitarre	56
3.2.	Spirituals und Gospels als Kirchenmusik in Amerika .	57
3.2.1.	Begriffsdefinition	57
3.2.2.	Entwicklungsgeschichte	60
3.2.3.	Seit 1874: Gospels in Europa	65
3.3.	Blues	67
3.4.	Jazz	70
3.5.	Worksongs und Hollers	73
3.6.	Country, Hillbilly	74
3.7.	Ragtime	75
3.8.	Folksongs und Liedermacher	75
3.9.	Rock 'n' Roll	77

3.9.1.	Zur Definition von Rockmusik	77
3.9.2.	Gospelmusik beeinflusst Rockmusiker	79
3.10.	Beat	82
3.11.	Pop	83
3.12.	Praise – Songs oder Lobpreislieder	86
4.	Musikentwicklung und Massenmedien	94
4.1.	Die Veränderung der Gesellschaft durch die Technisierung der Musik	94
4.2.	Vom Phonograph zur CD	95
4.3.	Vom Magnettonband zur Musikkassette	98
4.4.	Rundfunk	100
4.4.1.	Hörfunk	100
4.4.2.	Fernsehen	102
4.5.	Film	105
4.6.	Video	106
4.7.	Von der Laute zur E-Gitarre	108
4.7.1.	Die Gitarre – das Musikinstrument der mobilen Gesellschaft	109
4.7.2.	Zur Geschichte der Gitarre	111
4.7.3.	Gitarre und Piano – die Instrumente der Kolonialzeit Amerikas	117
4.7.4.	Die Gitarre im Jazz	120
4.7.5.	Die Folgen des Gitarrenbooms: unzählige gute Gitarristen	121
4.8.	Von Walzenklavier und Drehorgel zum Keyboard	124
4.9.	Der Weg der Rockmusik in die Medien	129
4.10.	Pop und Rock erreichen Deutschland	133
4.11.	Musikwirtschaft und Massenmedien	135
4.11.1.	Die Tonträgerindustrie als Wirtschaftsfaktor	135
4.11.2.	Zur Struktur der Musikbranche	138
4.11.3.	Musikunternehmen als Medien- Großunternehmen	144
4.11.4.	U-Musik und E-Musik als problematische Unterscheidung	145
4.11.5.	Jugendliche und Massenmedien	147
4.11.6.	Gospelrock als Wachstumsbranche	153
5.	Die Entwicklungsphasen der christlichen Populärmusik in Deutschland	156
5.1.	Die erste Phase 1945–1965: Neue Geistliche Lieder	156

5.1.1.	Neue geistliche Lieder – der Versuch der Aneignung	156
5.1.2.	Die Entstehung von Sacropop und christlicher Rockmusik	161
5.1.3.	Die Tutzingener Preisausschreiben	166
5.1.4.	Jazzgottesdienste in Kinosälen	170
5.1.5.	Erste Reaktionen auf die Jazzgottesdienste	174
5.1.6.	Taizé und neue liturgische Impulse	178
5.1.7.	Die neuen geistlichen Lieder und ihre Macher	181
5.1.7.1.	Kurt Rommel	182
5.1.7.2.	Dieter Trautwein	188
5.1.7.3.	Alfred Hans Zoller	190
5.1.7.4.	Ludwig Haffner	194
5.1.7.5.	Friedrich Walz	198
5.1.7.6.	Martin Gotthard Schneider	204
5.1.7.7.	Friedrich Karl Barth	205
5.1.7.8.	Eckart Bücken	206
5.1.7.9.	Manfred Siebald	207
5.1.7.10.	Arno & Andreas	209
5.1.7.11.	Gerhard Schöne	215
5.1.7.12.	Clemens Bittlinger	217
5.1.7.13.	Fritz Baltruweit	221
5.2.	Die zweite Phase 1965–1980: Verlagsgründungen	222
5.2.1.	Tonträger mit christlichen Liedern	222
5.2.2.	Der Evangeliums-Rundfunk (ERF) als Impulsgeber	223
5.2.3.	Erste christliche Schallplattenverlage	226
5.2.3.1.	Verlag Hermann Schulte Wetzlar	227
5.2.3.2.	Verlag Schulte & Gerth – Klaus Gerth GmbH	227
5.2.3.3.	Abakus – Siegfried Fietz	228
5.2.3.4.	Blue Rose – Nils Kjellström	229
5.2.3.5.	Pila Music – Volker und Angelika Rittinghaus	230
5.2.3.6.	Hänssler Verlag – Friedrich Hänssler	232
5.2.3.7.	Peter-Janssens-Musikverlag	234
5.2.3.8.	Impulse Buch- und Musikverlag – Ludger Edelkötter	236
5.2.3.9.	Menschenkinder-Verlag – Detlev Jöcker	237
5.3.	Die dritte Phase 1980–1995: Populärmusikalische Verbände und Festivals	240
5.3.1.	Musikverbände auf Bundesebene	240

5.3.1.1.	Die Arbeitsgemeinschaft Musik in der Evangelischen Jugend e.V. – AGM	240
5.3.1.2.	Die AGM Ost	250
5.3.1.3.	Das AGM – Schallarchiv	253
5.3.1.4.	Die Arbeitsgemeinschaft Gitarre in der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. – AGG	254
5.3.1.5.	Der Christliche Sängerbund – CS	258
5.3.1.6.	Ten Sing im CVJM	262
5.3.1.7.	Die Musikarbeit im EC	267
5.3.2.	Populärmusikverbände auf Landeskirchenebene	268
5.3.2.1.	Die AGM Baden	269
5.3.2.2.	Die AGM Bayern	273
5.3.2.3.	Die AGM Berlin – Brandenburg	278
5.3.2.4.	Die AGM Nordelbien	281
5.3.2.5.	Die AGM Oldenburg	283
5.3.2.6.	Die AGM Sachsen	285
5.3.2.7.	Die AGM Thüringen	287
5.3.2.8.	Die AGM Württemberg	288
5.3.2.8.1.	Landesarbeitskreis Band	288
5.3.2.8.2.	Landesarbeitskreis Jugendchor	290
5.3.2.8.3.	Landesarbeitsgemeinschaft Gitarre	291
5.3.3.	Christliche Musikfestivals	294
5.3.3.1.	Greenbelt	295
5.3.3.2.	Jubila und St. Goar	296
5.3.3.3.	Flevo-Festival	297
5.3.3.4.	De Bron – Chairros	299
5.3.3.5.	Calden	300
5.3.3.6.	Promikon	301
6.	Religion und Musik	305
6.1.	Rockmusik als säkularisierte Religion	305
6.2.	Rockkonzerte als säkularisierte Gottesdienste	310
6.3.	Religiös aufgeschlossene Rockmusiker	313
6.4.	Rock und Okkultismus	315
6.4.1.	Entstehung, Verfahren, Vorbilder	315
6.4.2.	Okkultes in Songs und Shows – einige Beispiele	317
6.4.3.	Beurteilung	320
6.4.3.1.	Zum Verständnis des Okkultrock	320
6.4.3.2.	Zur Personifizierung des Bösen	323

6.4.3.3.	Okkultrock als desorientierte Sinnsuche . . .	327
6.4.3.4.	Vom Umgang mit Belasteten	333
6.4.4.	Die Reaktion: White Metal	335
7.	Christliche Populärmusik als Kommunikation des Evangeliums	340
7.1.	Kommunikation – humanwissenschaftliche Aspekte .	340
7.1.1.	Das Kommunikationsfeld bei personaler Kommunikation	340
7.1.2.	Das Kommunikationsfeld bei technisch vermittelter Kommunikation	343
7.1.3.	Die Christliche Populärmusik als Kommunikationsfeld	345
7.1.3.1.	Kommunikator	346
7.1.3.2.	Aussage	349
7.1.3.3.	Medium	351
7.1.3.4.	Rezipient / Wirkung	354
7.2.	Kommunikation des Evangeliums durch christliche Populärmusik – theologische Erwägungen	356
7.2.1.	Katholische Kirche	356
7.2.1.1.	Das Zweite Vatikanische Konzil: Liturgische Neuerungen	356
7.2.1.2.	Das Zweite Vatikanische Konzil: soziale Kommunikationsmittel	361
7.2.1.3.	Christliche Populärmusik in der katholischen Kirche	363
7.2.2.	Evangelische Kirche	366
7.2.2.1.	Weltkirchenkonferenz in Uppsala: „Die Kirche und die Medien der Massenkommunikation“ (1968)	366
7.2.2.2.	Der Publizistische Gesamtplan der Evange- lischen Kirche in Deutschland (1979)	370
7.2.2.3.	Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken – Chancen, Gefahren, Aufgaben verantwortlicher Gestaltung (1985)	377
7.2.2.4.	Person und Institution: Die interpersonale und massenmediale Kommunikation (1992)	380
7.2.2.5.	Kommunikation für Gemeinschaft: die Erklärung von Manila (1993)	383

7.2.2.6.	Gemeinsame Erklärung: Chancen und Risiken der Mediengesellschaft (1997) . . .	388
7.2.2.7.	Mandat und Markt: Perspektiven evangelischer Publizistik (1997)	392
7.2.2.8.	Zur Wahrnehmung der Musik in den Texten – positive Ansätze und Defizite . .	396
7.2.2.9.	Entsprechungen der christlichen Populärmusik zum Mandat der Evangelischen Publizistik	399
7.2.2.10.	Publizistische Aufgaben der christlichen Populärmusik	404
7.3.	Das Evangelium und das neue geistliche Lied	411
7.3.1.	Die Diskussion um Qualitätskriterien	411
7.3.2.	Die Theologie der Songs	420
7.3.2.1.	Gott	421
7.3.2.1.1.	Der Schöpfer und Erhalter	421
7.3.2.1.2.	Wesen und Eigenschaften Gottes	422
7.3.2.1.3.	Anbetung und Lobpreis	424
7.3.2.2.	Jesus	425
7.3.2.3.	Sünde und Gnade	427
7.3.2.4.	Abendmahl, Taufe und Buße	428
7.3.2.5.	Rechtfertigung und Heiligung	430
7.3.2.5.1.	Glaube und Werke	430
7.3.2.5.2.	Kultur und Technik	431
7.3.2.5.3.	Liebe und Ehe	433
7.3.2.5.4.	Arbeit und Beruf	434
7.3.2.5.5.	Ethik und Nachfolge	434
7.3.2.6.	Heiliger Geist	439
7.3.2.7.	Kirche, Gemeinschaft und Ökumene	441
7.3.2.8.	Reich Gottes	443
7.3.3.	Säkulare Popsongs als Trostlieder	444
7.3.4.	Homiletische und rhetorische Aspekte zu Liedtexten	447
7.3.5.	Medienbedingte Veränderungen der Liedstruktur	450
8.	Praktisch-theologische Überlegungen zur kirchlichen Rezeption der christlichen Populärmusik	455
8.1.	Personale Formen	455
8.1.1.	Gottesdienst	455
8.1.1.1.	Hauptgottesdienst	455
8.1.1.2.	Kindergottesdienst	458

8.1.1.3.	Jugendgottesdienst	461
8.1.1.4.	Familiengottesdienst	462
8.1.1.5.	Kasualgottesdienst	463
8.1.1.6.	Sondergottesdienste	466
8.1.1.7.	Techno und Gottesdienst	467
8.1.1.8.	Technik und Elektronik im Kirchenraum .	478
8.1.2.	Unterricht	482
8.1.3.	Gemeindefarbeit	491
8.1.3.1.	Kinderarbeit	491
8.1.3.2.	Jugendarbeit	495
8.1.3.3.	Behindertenarbeit	497
8.1.3.4.	Freizeiten	502
8.1.3.5.	Bandarbeit	503
8.1.3.6.	Gemeindeparterschaften	505
8.2.	Technisch vermittelte Formen	510
8.2.1.	Christliche Musiksendungen im Radio . . .	510
8.2.2.	Unterhaltungssendungen im Fernsehen . .	515
8.2.3.	Christliche Musikzeitschriften	517
8.2.4.	Tonträger in Verkündigung und Medienpädagogik	519
8.2.5.	Schallarchiv, Tonstudio und Internet . . .	521
9.	Strukturelle Perspektiven zur Integration der christlichen Populärmusik	523
9.1.	Vernetzung als Aufgabe für Populärmusik, Kirchenmusik, Theologie und Medien	523
9.2.	Zur Integration christlicher Populärmusik auf verschiedenen kirchlichen Ebenen	529
9.2.1.	Evangelische Kirche in Deutschland	531
9.2.2.	Landeskirchen	531
9.2.3.	Kirchenkreise	532
9.2.4.	Gemeinden	533
9.2.5.	Öffentlichkeitsarbeit	535
	Literaturverzeichnis	539
	Liederbücher	554
	Discographie	558
	Abkürzungsverzeichnis	560
	Autor	561