

# Der ABBA-Effekt

Welche Bedeutung spielt ABBA für den Musikexporterfolg Schwedens?

von Heike Imken

*Der 6. April 1974 war ein besonderer Tag für Schweden. An diesem Tag gewann die schwedische Band ABBA mit dem Song Waterloo den Eurovision Song Contest. Wahrscheinlich war damals niemandem bewusst, welche Auswirkungen dieser Sieg haben würde: Der Erfolg des schwedischen Musikexportes begann.*

Viele Jahre lang – vor allem nach der Veröffentlichung einer Studie des Ökonomen Kim Forss im Jahr 1999 über den Musikexporterfolg Schwedens – galt das nur 9,5 Millionen Einwohner zählende Land als drittgrößter Musikexporteur der Welt – hinter den USA und Großbritannien.<sup>1</sup> Die Medien feierten Schweden für diese Leistung und Journalisten und Wissenschaftler suchten nach Gründen für den Erfolg schwedischer Popmusik.<sup>2</sup> Seit den 1990er Jahren spricht man vom *svenska musikundret*<sup>3</sup> und die schwedische Regierung erkannte sehr schnell, dass durch ins Ausland exportierte Populärmusik das Schwedenbild positiv beeinflusst werden kann. Sie nutzt die Musik dazu, im Ausland das Image Schwedens als junges und kreatives Land zu stärken<sup>4</sup> und stiftet seit 1997 als Ansporn den Exportpreis, der an schwedische Musiker vergeben wird, die mit ihrer Musik im Ausland besonders erfolgreich sind.<sup>5</sup> Außerdem reagierte man 1993 auf den Erfolg heimischer Künstler durch die Gründung eines Musikexportbüros. Das schwedische Büro zählt neben dem französischen zu den ältesten der Welt und gilt als Vorbild für ähnliche Institutionen in anderen Ländern, z. B. in Österreich.<sup>6</sup> Sowohl ökonomisch – der Musikexport bringt hohe Einkünfte nach Schweden, im Jahr 2010 waren dies zwischen 700 und 800 Millionen Kronen<sup>7</sup> – als auch kulturell spielt die erfolgreiche Vermarktung seiner Künstler im Ausland für Schweden eine wichtige Rolle, da populäre Musik allgemein einen hohen Stellenwert in der eigenen

DAS SCHWEDISCHE  
MUSIKJAHRHUNDERT

Bevölkerung besitzt. Setzt man die Anzahl der z. B. von 1960 bis 2007 in den weltweiten Charts platzierten Titel in Relation zum Bruttoinlandsprodukt steht Schweden an der Spitze – untersucht wurden die Charts von 22 Ländern.<sup>8</sup> Obwohl es aktuell nicht mehr als gesichert gilt, dass Schweden jemals der drittgrößte Musikexporteur gewesen ist und aufgrund fehlender Statistiken nicht festgelegt werden kann, welchen Platz Schweden mittlerweile weltweit

**DRITTGRÖSSTER  
MUSIKEXPOR-  
TEUR DER WELT**

einnimmt, zeigt allein die Reaktion der Regierung und der Medien auf die Erfolge schwedischer Musik im Ausland und das Bedürfnis von Wissenschaftlern sich mit dem Phänomen zu beschäftigen, dass Schweden ein sehr erfolgreicher Musikexporteur ist.

Wie schon erwähnt, beschäftigten sich Journalisten und Wissenschaftler seit den 1990er Jahren mit der Frage, wie es dazu kam, dass Schweden zum vermeintlich drittgrößten Musikexporteur der Welt geworden war. Neben den sehr guten Englischkenntnissen der Schweden<sup>9</sup>, der hervorragenden und breit gefächerten Musikausbildung in Schweden<sup>10</sup> und dem Trendbewusstsein der Einwohner<sup>11</sup> wurde auch immer wieder die Band ABBA für den Musikexporterfolg Schwedens verantwortlich gemacht.

Mit dem sogenannten ABBA-Effekt bezeichnet man das Phänomen, dass durch den enormen internationalen Erfolg der Band viele schwedische Musiker in den Jahren und Jahrzehnten nach dem Sieg ABBA beim Eurovision Song Contest im Jahre 1974 dazu animiert wurden, den Versuch zu starten, ihre Musik im Ausland zu vermarkten. Die Künstler hatten durch ABBA erkannt, dass man sich als Schwede nicht auf den nationalen Erfolg beschränken muss, sondern durchaus auch international erfolgreich sein kann. Die Bezeichnung ABBA-Effekt ist an den Björn-Borg-Effekt angelehnt, der besagt, dass durch die internationalen Erfolge des schwedischen Tennisspielers viele weitere schwedische Tennisspieler, wie z. B. Stefan Edberg oder Mats Wilander, dazu bewegt wurden, in seine Fußstapfen zu treten und in der Folge auch international erfolgreich wurden.<sup>12</sup> Wie kam es zu dem internationalen Erfolg ABBA's?

**ABBA**

Vor dem Sieg beim Eurovision Song Contest und ihrer Gründung 1972 waren alle vier Mitglieder ABBA's, Benny Andersson, Björn Ulvaeus, Agnetha Fältskog und Anni-Frid Lyngstad, schon in Schweden als Musiker erfolgreich. Anni-Frid und Agnetha hatten als Solosängerinnen Erfolg, Björn war bei den

Hootenanny Singers und Benny bei den Hep Stars Mitglied. Nachdem sie sich als Band formiert hatten und in Schweden Bekanntheit erlangt hatten, sahen sie den Eurovision Song Contest als einzige Chance an, auch international auf sich aufmerksam zu machen. Und dies gelang ihnen mit dem Song *Waterloo*, welcher fröhlich und harmlos ist – er besitzt also weder einen anstößigen Text noch ist er provokativ –, über eine helle, positive Melodie verfügt, sich sechs Millionen Mal verkaufte und in nahezu jedem europäischen Land und in Australien und Amerika ein Hit wurde.<sup>13</sup> Damit hatten die vier Schweden den internationalen Durchbruch geschafft und machten aus heutiger Sicht eine Weltkarriere. Für den internationalen Erfolg ABBA's gibt es einige eindrucksvolle Beispiele. Die Band hatte z. B. neun Nummer-Eins-Hits in England<sup>14</sup>, war in den USA erfolgreich und hatte insgesamt 18 aufeinander folgende Top-Ten-Hits in Europa. ABBA wurde sogar nachgesagt, dass sie ein größerer Exporteur als Volvo für Schweden seien.<sup>15</sup>

**WELTWEITER ABBA-  
HIT WATERLOO**

Was macht die Band ABBA aus? Warum war sie so erfolgreich? Das Besondere an ABBA war, dass die Band nicht coverte, ihre Songs selbst schrieb und somit etwas Eigenes schuf. Sie hatte einen angloamerikanischen Stil, aber gleichzeitig besaß ihre Musik auch schwedische Einflüsse.<sup>16</sup> »Their most Swedish characteristic was undoubtedly folk.«<sup>17</sup> Die moderne Produktionstechnik war ein Kennzeichen ABBA's. Die vier Musiker legten sehr viel Wert auf Studioarbeit und experimentierten mit Klang und Aufnahmetechnik. Um einen volleren Ton zu erzeugen, verwendete ABBA die Technik des *Overdubbings*. Die hohen Stimmen der Frauen waren für die Musik ABBA's sehr wichtig. Es wurde durch das Zusammensingen der Frauen ein metallischer Ton erzeugt, der einen hohen Wiedererkennungswert besaß. ABBA machte solide, melodische Popmusik und erregte durch ihre Bühnenkostüme Aufmerksamkeit. Ihren Songs wurde von Publikum und den Kritikern eine hohe Qualität und Ausdruckskraft zugeschrieben.<sup>18</sup> Die Band war eher eine Video- als eine Liveband und ihre Musik basierte auf Melodik und Harmonien.<sup>19</sup> Zu ihrem Markenzeichen war der definitive ABBA-Studio-sound geworden.<sup>20</sup> ABBA ist keine 0815-Band, ihre Musik ist bis heute unverwechselbar und ihre Songs, wie z. B. *Money, money, money* oder *Dancing Queen* sind auf der ganzen Welt bekannt. Es gelang ABBA bis heute an die 400 Millionen Alben zu verkaufen.<sup>21</sup> Heutzutage gilt ABBA somit nicht nur als erfolgreichste Band, die Schweden jemals

hervorgebracht hat, sondern auch als eine der erfolgreichsten der Welt. ABBA dachte als erste schwedische Band international.

### **Schwedische Musikexportgeschichte**

Die ersten schwedischen Bands, die es schafften, nach ABBA international erfolgreich zu werden, waren Roxette und Europe. Die Gruppe Europe sorgte vor allem durch ihren Hit *The final Countdown* (1986) für Aufsehen in ganz Europa, erstmals konnte also eine schwedische Rockband internationale Erfolge feiern. Ende der 1980er Jahre begann auch die Erfolgsgeschichte Roxettes, die neben Europa auch die USA, Australien, Südamerika und Asien eroberten.<sup>22</sup> Dabei orientierte sich Roxette, die ihren Erfolg in den 1990er Jahren fortsetzten, an ABBA: »While Roxette are dressed for success into the nineties they most certainly learned their career moves from ABBA.«<sup>23</sup> Allgemein wurden die 1980er Jahre in Schweden durch eine internationale Orientierung geprägt.<sup>24</sup> Dies setzte sich in den 1990er Jahren fort. Zu dieser Zeit gab es eine Reihe von schwedischen Bands und Musikern, wie z. B. The Cardigans, Rednex, Robyn, Clawfinger, Dr. Alban und Titiyo, die international auf sich aufmerksam machten. Sogar in den USA, dem für europäische Musiker nur schwer zu erobernden Markt, feierten mehrere schwedische Musiker Erfolge. Auffällig ist, dass die Musik unterschiedlichen Genres angehörte, es also

#### **EROBERUNG DES US-MUSIK- MARKTES AUCH DURCH ROXETTE, ACE OF BASE**

nicht nur einen im Ausland dominierenden Musikstil gab. Die Vielfalt schwedischer Musik wird somit deutlich, sie reichte vom Dance bis zum Rock. Am erfolgreichsten neben der Band Roxette war Ace of Base, deren erfolgreichste Hits

*The Sign* und *Happy Nation* waren. Deutlich ist hier eine Parallele zu ABBA erkennbar. »Ace of Base had exactly the same line-up: two men in the background and two female singers up front, a blonde and a brunette.«<sup>25</sup> Die Erfolge schwedischer Musiker reichten in den 1990er Jahren zwar nicht an die von Ace of Base, Roxette und vor allem ABBA heran, dafür gab es aber viel mehr im Ausland erfolgreiche Musiker als in den vorherigen Jahrzehnten. Man begann nun in den 1990ern vom »Swedish pop wonder«<sup>26</sup> zu sprechen. Es zeigt sich, dass der Erfolg schwedischer Musiker im Ausland in den 1990ern keine Sensation war. Laut Andersson bemühen sich schwedische Musiker stärker als andere skandinavische Musikschaffende direkt, d. h. am nationalen Markt vorbei, international erfolgreich zu werden.<sup>27</sup>

Im 21. Jahrhundert setzt sich der Erfolg schwedischer Musiker im Ausland weiter fort, zu den bekanntesten zählen The Hives, Friska Viljor, The (International) Noise Conspiracy, Johnossi, Lykke Li oder Mando Diao, deren Sänger kürzlich durch das Nebenprojekt Caligola auf sich aufmerksam machten. Die Liste international erfolgreicher schwedischer Bands und Musiker könnte beliebig fortgesetzt werden. Dominiert werden die Erfolge allerdings von englischsprachigen Songs, es gibt so gut wie keinen Musiker, der mit schwedischsprachigen Texten im Ausland, mit Ausnahme von Dänemark und Norwegen, erfolgreich ist. Basshunter mit dem Song *Boten Anna* ist eins der seltenen Beispiele für Künstler, die mit einem schwedischsprachigen Lied im Ausland Aufmerksamkeit erzielten.

### **Erfolg steckt an**

Die Schweden haben an ABBA gesehen, dass eine internationale Karriere möglich ist. Dies gab den Musikern das Selbstbewusstsein, über den nationalen Tellerrand zu blicken und mit ihrer Musik den Durchbruch im Ausland zu versuchen. Durch den internationalen Erfolg ABBA verbindet man im Ausland eine begeisterte Haltung allem Schwedischen gegenüber und es wurde ein positives Image erzeugt, das sich auf die Musik, die aus Schweden kommt, wieder zurückwirkt. ABBA steht für einen globalen musikalischen Erfolg, sodass zu schwedischen Gruppen unbewusst eine positive Einstellung eingenommen wird. Dies wird von schwedischen Musikverlagen und Marketingagenturen genutzt, um ihre Produkte weltweit zu vermarkten. Die schwedische Herkunft ist zum Gütesiegel avanciert. Es wurde z. B. durch eine Untersuchung der Mandel Consulting aus Stockholm herausgefunden, dass es für Schweden profitabel sei, seine Produkte als schwedisch zu kennzeichnen, da diese so mehr Abnehmer finden würden.<sup>28</sup> Dadurch, dass ABBA trotz ihrer Auflösung vor 30 Jahren auch heute noch z. B. durch das Musical *Mamma Mia!* und den noch immer enormen Tonträgerverkauf erfolgreich und in der Öffentlichkeit präsent sind, haben sie auch noch weiterhin Einfluss auf die heutigen schwedischen Musiker. Ihre Musik ist zeitlos, unterhaltsam und von hoher Qualität, sie setzten somit neue Maßstäbe in der Popmusik und wurden Kult. ABBA ist einer der Gründe, wenn nicht gar der wichtigste, warum der schwedische Musikexport so erfolgreich wurde und es auch heute noch ist. ☯

- <sup>1</sup> Vgl. Kim Forss: *Att ta sig ton. Om svensk musikexport 1974 – 1999*. Stockholm 1999.
- <sup>2</sup> Vgl. Annette Deibel: »Thank you for the music. Schwedens Musikbranche als Exportschlager«. <http://www.skandinavien.de/Magazin/Musik/schweden-export.html> [27. Jul. 012]; Jan Gradvall: *Swedish pop update*. Stockholm 2004; Lars Lilliestam: *Svensk rock. Musik. Lyrik. Historik*. Göteborg 1998; Patrik Sandgren: »Varför är svensk popmusik så populär utomlands? Synpunkter på det 'svenska musikundret' och på det spontana i popmusikens musikaliska språk.« In: *STM-Online*. Vol. 3 (2000). [http://musikforskning.se/stmonline/vol\\_3/psandgren/index.php?menu=3](http://musikforskning.se/stmonline/vol_3/psandgren/index.php?menu=3) [25. Jul. 2012]
- <sup>3</sup> Vgl. z. B. MusikSverige: »Frågar och svar om musikbranchens statistik«. In: <http://www.musiksverige.org/fakta/statistik/fragor-och-svar-om-musikbranchens-statistik-2/> [27. Jul. 2012]
- <sup>4</sup> Vgl. Daniel Hallencreutz und Per Lundequist: »Från Waterlooo till virtuella visioner. Ett kulturperspektiv på svensk musikindustri«. In: *Tvårsnitt* nr 1, 2001.
- <sup>5</sup> Vgl. Holger Larsen: *Schwedischer Musikexport*. Hrsg. von Svenska Institutet. Stockholm 2000. [http://www.sverige.de/lexi/lexi\\_musi.htm](http://www.sverige.de/lexi/lexi_musi.htm) [27. Jul. 2012]
- <sup>6</sup> Vgl. Amke Block: *Musikexportförderung. Eine Analyse der Musikexportförderung in Europa und Übersee sowie eine Bestandsaufnahme der Musikwirtschaftsförderungssituation in Deutschland als Grundlage für ein Grobkonzept eines deutschen Musikexportbüros und seiner Europäischen Perspektiven*. Hamburg 2002. <http://www.b1ock.de/downloads/musikexportfoerderung.pdf> [30. Jul. 2012], S. 13 und 18.
- <sup>7</sup> Vgl. MusikSverige: *Frågar och svar om musikbranchens statistik*.
- <sup>8</sup> Vgl. Fernando Ferreira und Joel Waldfogel: *Pop Internationalismen: Has a half century of world music trade displaced local culture?* Cambridge 2010.
- <sup>9</sup> Vgl. Forss: *Att ta sig ton*, S. 20; Gradvall: *Swedish pop update*, S. 37; Lilliestam: *Svensk rock*, S. 138 und Sandgren: »Varför är svensk popmusik så populär utomlands?«, S. 3.
- <sup>10</sup> Vgl. Greger Andersson (Hrsg.): *Musikgeschichte Nordeuropas. Dänemark. Finnland. Island. Norwegen. Schweden*. Stuttgart, Weimar 2001, S. 386; Forss: *Att ta sig ton*, S. 19; Hannes Gmelin: *Nationalität in populärer Musik. Popmusik heute – Ausdruck kultureller Identität oder Produkt einer globalisierten Wirtschaft?* Diss. Hamburg 2005, S. 309; Leif Jonsson und Hans Åstrand: *Musiken i Sverige. Konstmusik. Folkmusik, Populärmusik 1920-1990*. Stockholm 1994, S. 134; Lilliestam: *Svensk rock*, S. 137; Sandgren: »Varför är svensk popmusik så populär utomlands?«, S. 3.
- <sup>11</sup> Vgl. Sandgren: »Varför är svensk popmusik så populär utomlands?«, S. 4.
- <sup>12</sup> Vgl. Lilliestam: *Svensk rock*, S. 138.
- <sup>13</sup> Vgl. Andrew Oldham, Tony Calder und Colin Irwin: *ABBA. Thank You for the Music*. Berlin 2000, S. 14f.
- <sup>14</sup> Vgl. Gradvall: *Swedish pop update*, S. 28.
- <sup>15</sup> Vgl. Simon Frith, Will Straw und John Street: »Star profiles II.« In: Simon Frith, Will Straw und John Street (Hg.): *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge 2001, S. 200.
- <sup>16</sup> Vgl. Larsen: *Schwedischer Musikexport*, S. 1.
- <sup>17</sup> Frith/Straw/Street: »Star profiles II«, S. 200.
- <sup>18</sup> Vgl. Carl Magnus Palm: *ABBA – The Story. Berättelsen om supergruppen*. Stockholm 2008, S. 168ff.
- <sup>19</sup> Vgl. Oldham/Calder/Irwin: *ABBA*, S. 243.
- <sup>20</sup> Vgl. ebd., S. 289.
- <sup>21</sup> Vgl. Tobias Schmitz: *Wirtschaftsmacht Abba. Money, Money, Money*. <http://www.stern.de/kultur/musik/wirtschaftsmacht-abba-money-money-money-626518.html> [25. Jul. 2012].
- <sup>22</sup> Vgl. Nils Hansson: »Popular Music – a growing export industry.« In: Göran Bergen-

dal (Hg.): *Music in Sweden*. Stockholm 1998, S. 75.

<sup>23</sup> Robert Burnett: »Dressed for Success: Sweden from ABBA to Roxette.« In: *Popular Music 11* (1992), S. 141.

<sup>24</sup> Vgl. Andersson: *Musikgeschichte Nordeuropas*, S. 243.

<sup>25</sup> Gradvall: *Swedish pop update*, S. 31.

<sup>26</sup> Vgl. Hansson: »Popular Music«, S. 77.

<sup>27</sup> Vgl. Andersson: *Musikgeschichte Nordeuropas*, S. 88 und 244.

<sup>28</sup> Vgl. Franziska Endter: *Swedishness Sells – Results of the Mandel Study on the perception of Swedish Brands*. Stockholm 2009. <http://www.mandel-consulting.com/wp-content/uploads-mm/2009/11/Swedishness-Sells.pdf> [31. Aug. 2012], S. 8.



HEIKE IMKEN ist derzeit Promotionsstudentin. Ihre Dissertation befasst sich mit dem schwedischen Musikexporterfolg und somit auch mit der Band ABBA. Beim Eurovision Song Contest 2011 in Düsseldorf betreute sie die schwedische Delegation und hielt davon inspiriert, am Institut für Skandinavistik in Münster ein Seminar über den Eurovision Song Contest.