

saiten sprung

ZEITSCHRIFT DES
STUDIENGANGES MEDIEN UND MUSIK

GELD.
MACHT.
POP.

Institut für Journalistik und
Kommunikationsforschung

AUSGABE 16
WINTER 2017

ZUM MITNEHMEN

<http://saitensprung-online.eu/>



Gründung & Entrepreneurship

ERFOLGREICH SELBSTSTÄNDIG VON ANFANG AN

Jetzt informieren unter: www.hannoverimpuls-gruendung.de

- Volle Orientierung bei Gründungsfragen
- Zielgenaue Planung für Ihre Geschäftsidee
- Kontinuierliche Beratung in der unternehmerischen Praxis
- Startup-Events, Sprechtag, Networking und Workshops

EDITORIAL

Einige Mausklicks im Internet, und schon ertönt der neue Lieblingssong auf dem Computer, dem Smartphone oder dem MP3-Player. Die Zeiten für Musikhörer sind einfach geworden. Download- und Streamingportale, wie iTunes oder Spotify, sind auf dem Weg an die Spitze des Musikmarktes. Die Umsätze im digitalen Bereich sind laut Bundesverband Musikindustrie in den vergangenen Jahren förmlich explodiert.

Nicht nur Musikkonsumenten, sondern auch die Musiker selbst profitieren von diesen neuen Möglichkeiten der Musikrezeption. Innerhalb von Sekunden können sich ihre selbst hochgeladenen Musikvideos und Songs, beispielsweise auf YouTube, viral im Netz verbreiten, wie eine Lawine durch die Social-Media-Landschaft rollen und den Künstlern auf diesem Weg zu großem Erfolg und Popularität verhelfen.

Welche Rolle spielt die Selbstvermarktung der Musiker dabei? Welche Finanzierungsmodelle gibt es eigentlich, wenn man als Musiker erfolgreich sein und sich nicht den großen Labels, wie Universal Music, Warner Music oder Sony Music, unterordnen möchte?

Und nicht zu vergessen: Wie ergeht es den Subkulturen in dieser vom Mainstream getragenen Gesellschaft? Verfolgt die Punkszene beispielsweise immer noch so strikt die Anti-Haltung, die sie in den 1970er Jahren durch ihr auffälliges Aussehen und das rebellische Verhalten zum Ausdruck brachte? Wie sehr wehrt sich die Szene heute wirklich noch gegen den Mainstream?

In dieser „Saitensprung“-Ausgabe mit dem Titel „Geld. Macht. Pop(ulismus)“ greifen wir, die Studierenden des Masterstudienganges „Medien und Musik“ am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung in Hannover, diese spannenden Themen auf und verschaffen Ihnen (hoffentlich) neue Einblicke in die Welt der Musik.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Schmökern!

Lara Sagen

INHALT

BOULEVARD

10 Fragen an Ye-Eun Choi	4
Das Saitensprung-Rätsel/Hannover-Tipps	5
taktlos/Unerhört	6
Plattenkritik	6

EINE FLUCHT HAT VIELE GESICHTER

„MANCHMAL DENKE ICH, WAS MACHE ICH HIER?“	8
---	---

SCHWERPUNKT GELD. MACHT. POP

„NO FUTURE!“ WAR GESTERN	10
„DIY 'TIL I DIE!“	14
<i>Eine Musikszene abseits von Mainstream und dem Kampf um Macht und Geld</i>	
„DAS FINANZIELLE MUSS MAN LANGE AUSBLENDEN KÖNNEN“	17
<i>Musikstudenten arbeiten oft schon während ihrer Ausbildung als Berufsmusiker</i>	
MÖGE DIE MACHT (NICHT) MIT IHM SEIN	18
<i>Dirigenten können Musiker erheblich unter Druck setzen</i>	
MÄNNER MACHEN MUSIK, FRAUEN DIE MUSE	21
HAUPTSACHE „AUTHENTISCH“	24
<i>YouTuber sind eine neue Marketing-Macht und wichtige Protagonisten für Unternehmen</i>	
DAS SAITENSPRUNG-FOTO	26
JEDEN TAG SONNTAG	28
<i>Vertreter von SNNTG e.V. über die Idee des Festivals und seine Zukunft</i>	
AUTHENTISCH? ECHT??	30
<i>Der Begriff „Authentizität“ im musikalischen Kontext</i>	
GULDEN, GROSCHEN, GIROKONTO	32
<i>Geld nahm über die Jahrhunderte eine erstaunliche Entwicklung</i>	
FÜNF SONGS	35
SCHLUSS MIT UMSONST?	36
<i>Spotify passt seine Nutzungsmodelle für Musikstreaming an</i>	
EINHEITSBREI ODER ALLERLEI?	38
Impressum	41
„ICH BIN FROH, WISSEN ÜBER GELD ZU HABEN, DAS ICH NIE VERDIENEN WERDE“	42
<i>Bariton Benjamin Appl verrät, wie sich die Finanz- und die Musikbranche unterscheiden</i>	
„OHNE MARKETING GEHT ES EBEN NICHT!“	44
„JEDER IST AUF SICH SELBST ANGEWIESEN“	46
<i>Für Musiker hat längst das Zeitalter der Selbstfinanzierung begonnen</i>	
WAHLKÄMPFER WIDER WILLEN	48

10 FRAGEN AN ...

YE-EUN CHOI

Ye-Eun Choi kommt aus Südkorea und wurde mit 16 Jahren von Anne-Sophie Mutter entdeckt, die sie in ihre Stiftung aufnahm. Sie studierte in München, wo sie derzeit auch lebt, und trat als Solistin weltweit auf. Zuletzt spielte sie mit den Bamberger Symphonikern und Christoph Eschenbach und ging mit der NDR-Radiophilharmonie unter Andrew Manze auf Konzerttournee in ihre Heimat.

Ich liebe Musik, weil ...

... ich damit meine Emotionen frei zum Ausdruck bringen kann. Im Leben empfindet man so viele Emotionen, die man nicht mit Worten ausdrücken kann, mit Musik aber umso besser. Wenn ich Musik mache, erlebe ich Emotionen, die ich so im alltäglichen Leben noch nicht empfunden habe. So werde ich durch Musik täglich auf wunderbare Weise bereichert.

Was war der erste Tonträger, den du gekauft hast?

Eine Kassette! Ich hatte unzählige und habe sie rauf und runter gehört. Daraufhin war ich so begeistert, dass ich mir ein tragbares Abspielgerät kaufte. Das war damals total magisch für mich. Heute können wir ja so gut wie alles im Internet herunterladen und kaufen. Das finde ich echt toll und sehr praktisch, weil es natürlich auch viel Zeit spart. Aber manchmal vermisse ich die alten Geräte, mit denen wir früher Musik hörten, weil daran viele Erinnerungen hängen und die Klangfarbe bei alten Aufnahmen auch anders ist.

Wer sind deine musikalischen Vorbilder?

Ein großes musikalisches Vorbild ist für mich die Pianistin Martha Argerich. Obwohl sich unsere Charaktere unterscheiden, haben wir beim Musikmachen die gleiche Gesinnung und Energie als Ziel vor Augen. Wenn sie auf der Bühne ist, taucht sie sofort in eine Musikwelt ein, was für alle im Saal ein magischer Moment ist. So ein Erlebnis kann man nicht vergessen.

Wann warst du das letzte Mal selbst Konzertbesucher?

Zuletzt habe ich in München ein Konzert besucht. Frank Peter Zimmermann spielte mit den Bamberger Symphonikern unter Maestro Manfred Honeck das Beethoven-Violinkonzert. Es war ein unglaubliches Konzert, ich war sehr berührt. Frank Peter Zimmermann hat eine sehr besondere Klangart, immer so selig und frisch. Maestro Honeck kenne ich schon einige Jahre, und wir haben mehrere Male zusammen gespielt – er ist ein toller Dirigent, der auf der Bühne sein ganzes Temperament zeigt. Ich finde es ist für uns Musiker wichtig, dass wir nicht nur selbst Konzerte spielen, sondern auch viele besuchen, um uns inspirieren zu lassen. So bleibt man immer offen für neue und andere Dinge und beugt einer beschränkten Sichtweise vor.

Vinyl, CD, Kassette oder MP3?

Obwohl ich auch MP3 höre, geht nichts über meine CD-Sammlung. Ich kaufe mir oft CDs und mag es, sie gemütlich zu Hause anzuhören.

Was ist für dich der größte Hit aller Zeiten?

Da fällt es mir schwer einen auszuwählen. Es gibt so viele großartige Songs und Stücke, die für mich persönliche Hits sind. Beispielsweise finde ich das Korngold-Violinkonzert gespielt von Jascha Heifetz absolut großartig.



Was sollte man beim Touren immer dabei haben?

Geige, Bogen, Reisepass, Konzertkleid und eine kleine Bibel! Alles andere kann man zur Not auch unterwegs kaufen.

Mit wem würdest du in Zukunft gerne mal zusammenarbeiten?

Ich würde sehr gerne einmal Yo-Yo Ma und Martha Argerich kennenlernen und mit ihnen musizieren! Unter den großen Dirigenten würde ich gerne mit Valery Gergiev zusammenarbeiten.

Was war dein schönstes Erlebnis auf der Bühne?

Es gibt so viele besondere Erlebnisse, und es ist sehr schwer, nur eines zu nennen. In wunderbarer Erinnerung habe ich das Konzert in San Francisco, bei dem ich Brahms' Violinkonzert gespielt habe. Das war mit Maestro Michael Tilson Thomas und dem San Francisco Symphony Orchestra. Das Konzert war das dritte und letzte einer Konzertreihe mit Anne-Sophie Mutter, bei dem ich für sie eingesprungen bin. Deshalb gab es keine Extraprobe für mich, was mir zuvor ein bisschen Sorge bereitet hatte, da ich unter großem Druck stand. Ohne Probe hatte ich nämlich noch nie auf der Bühne mit Orchester gespielt. Aber ich muss sagen, es war eines meiner schönsten Erlebnisse auf der Bühne. Das Zusammenspiel mit dem Maestro und dem Orchester war unglaublich intensiv und gefühlvoll. Dieses Erlebnis werde ich nie vergessen.

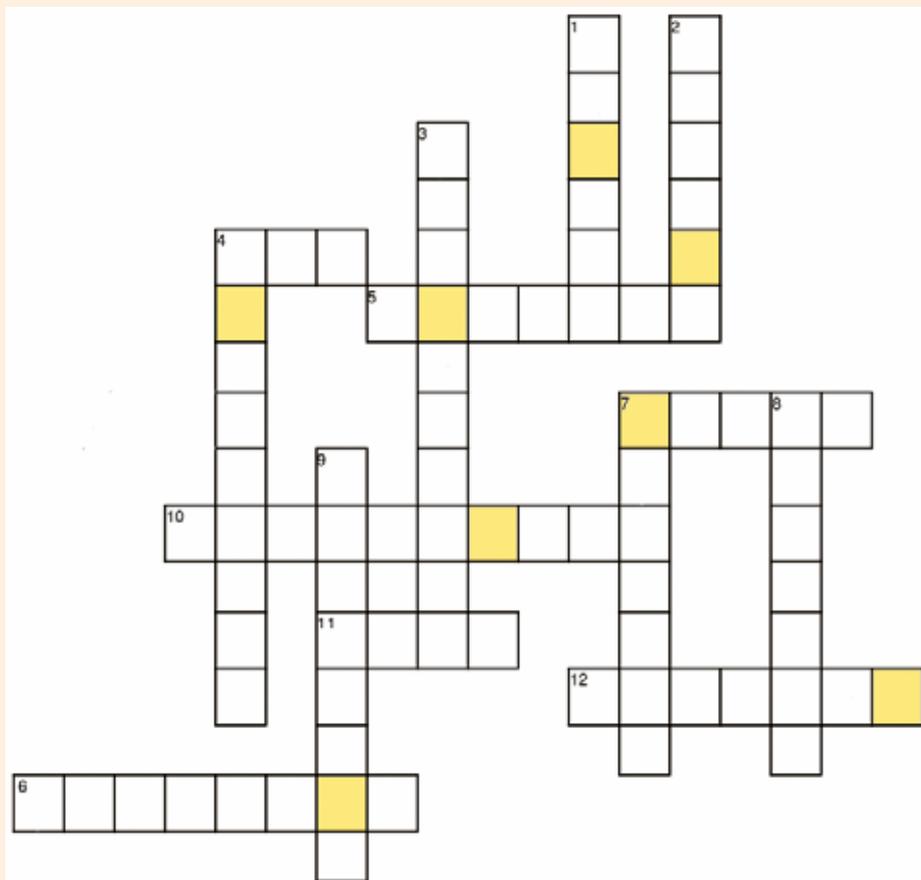
Was sind deine Pläne für 2017?

Ich freue mich ganz besonders auf mein Konzert in Kazan im Herbst 2017, wo ich beim Concordia Festival ein Werk des fantastischen Komponisten Krzysztof Penderecki aufführen werde. Penderecki höchstpersönlich wird es dirigieren, und es ist für mich eine große Ehre, die Interpretin seines Werkes „Metamorphosen“ sein zu dürfen.

Aufgezeichnet von Inga Schönfeldt

SAITENSPRUNG-RÄTSEL

Das Lösungswort finden Sie, wenn Sie die acht Buchstaben in den farbigen Kästchen zu einem sinnvollen Wort zusammensetzen. Es beginnt mit dem Buchstaben in dem Kästchen, das die Nummer 7 trägt.



Waagrecht

- 4 Enharmonische Verwechslung des Tones „es“
- 5 Verbindung zwischen Orgelpfeife und Windlade
- 6 Männliche Figur aus der „Zauberflöte“
- 7 Italienischer Ausdruck für die Spielweise „süß, zart, lieblich“
- 10 Abstimmung der Tonhöhe
- 11 Antikes Saiteninstrument
- 12 Nachname des Schöpfers der „Vier Jahreszeiten“

Senkrecht

- 1 Großvater in „Peter und der Wolf“
- 2 Nachname des Architekten der Dresdener Oper
- 3 Material zur Bespannung des Geigenbogens
- 4 Missklang zweier Töne
- 8 Tasteninstrument
- 9 Spielanweisung „mit dem Holz“

Schicken Sie uns das Lösungswort einfach per E-Mail (gunter.reus@hmtm-hannover.de). Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir eine CD mit Streichquartetten von Mozart und eine CD mit Streichquartetten von Bela Bartók, György Kurtág und György Ligeti, eingespielt vom Armida Quartett. Bitte lassen Sie uns wissen, welche der beiden CDs Sie lieber hätten, und teilen Sie uns Ihre Adresse mit, damit wir Ihnen den Preis auch zusenden können. Einsendeschluss ist der 1. Dezember 2017.

HANNOVER-TIPPS *DAS KONZERTLOKAL KANAPEE*

Edel, schick und ein Hauch von Vintage-Flair in der Luft – so hat Erwin Schütterle das „Kanapee“ vor mehr als 30 Jahren mit viel Liebe zum Detail eingerichtet. Antike Sofas, altmodische Stehlampen und andere Wohnaccessoires aus vergangenen Zeiten zieren das Ecklokal gegenüber der Apostelkirche im Herzen von Hannover.

Mindestens genauso liebevoll, wie die Einrichtung im Inneren ausgewählt wurde, heißt man hier seither auch die Gäste will-

kommen. Seit der Eröffnung des „Kanapee“ am 30. Oktober 1981 verfolgt das Lokal die Philosophie des gemeinsamen Musik-Erlebens. Besonders Liebhaber der klassischen Musik kommen hier auf ihre Kosten. Darüber hinaus finden allerdings auch Chanson, Jazz, Kabarett und Literatur ihren Platz auf der improvisierten Bühne.

In gemütlicher Wohnzimmeratmosphäre lässt das Kanapee die Salonkultur des 18. Jahrhunderts wieder aufblühen und posi-

tioniert sich in der Stadt als besondere Begegnungsstätte für Musiker, Künstler und kulturell Interessierte, die die Leidenschaft für Musik und Literatur teilen.

Das Besondere: Feste Eintrittspreise gibt es nicht. Jeder Besucher honoriert die Darbietungen des Abends so, wie es ihm angemessen erscheint.

Lara Sagen

DON'T MAKE GERMANY GREAT AGAIN

Mehrere Monate sind seit dem Eurovision Song Contest in Kiew vergangen, und bereits einen Tag später wusste niemand mehr den Namen der deutschen Teilnehmerin. Ob nun Ann-Sophie, Jamie-Lee, Chantal-Christine oder Lola-Lola – Deutschland hat ein Erfolgsproblem. Und das nicht nur beim ESC. Es gibt Verlierer, so weit das Auge reicht. „Britpop“ ist immer noch angesagter als „German Pop“, und seit Nena hat kein deutscher Sänger mehr die ganze Welt erobert. Deutschland ist chancenlos im Basketball, Eishockey und beim 50-Meter-Lauf. Nicht zu vergessen: Deutsche Serien und Coolness sind so wie Wasser und Öl.

Dabei kann Erfolg der letzte Versager haben. Trump hat es gezeigt. Selbst als inkompetenter und unerfahrener Politiker hat er es geschafft einer der mächtigsten Männer der Welt zu werden. Oder Helene Fischer. Ihr Name wird seit der Rechtschreibreform von 1996 im Duden als Synonym für Erfolg geführt.

An wen soll sich der NDR also wenden, um in Lissabon im nächsten Mai nicht wieder die rote Laterne zu gewinnen? Trump oder Helene?

Genau da liegt der Kern des Problems. Wir wollen gewinnen. Klassischer Anfängerfehler. Wer gewinnt, hat nur Ärger. Nichts

als Ärger. Siegerfeier organisieren, Champagner trinken, Interviews geben. Wird am Ende noch mit Bier übergossen. Fahnen ins Gesicht malen. Man muss tanzen, obwohl kein Deutscher das kann. Dann auch noch den Liedtext auswendig lernen, um ihn mitzugrölen.

Wie viel schöner sind da Ruhe und Ignoranz, die die Verlierer wie einen Tarnumhang verhüllen. Himmlisch. Man kann sich dann mal richtig schön gehen lassen. Selbst Trump hat seinen Wahlsieg bereut, weil er nun nicht mehr Gold scheffeln kann, und Helene will eigentlich auch nur betrunken im Dortmunder Fanblock stehen und auf Andrea Bergs Konzerte gehen. Also: Lasst uns wieder Letzter werden. Sei der NDR Trump und Helene ein Vorbild.

Wobei, hat jemand Helenes Nummer?

Inga Schönfeldt

UNERHÖRT KIRSCHBLÜTENFEST AUF DER BULT

Von ganz laut zu heimlich, still und leise. Wo einst wild-lebendig Pferde rannten, ruhen heute Baum und Wiese. Am 6. August 1945 wurde fast die ganze Stadt Hiroshima von einer Atombombe zerstört. 110 000 Japaner sind dabei sofort gestorben, unzählige weitere Menschen noch lange im Nachhinein. Hannover ist seit über 34 Jahren partnerschaftlich mit Hiroshima verbunden und pflegt seitdem einen regelmäßigen Jugendaustausch mit der Stadt im Süden Japans. Durch persönliche Begegnungen und Kontakte ist ein enges Netz freundschaftlicher Verbindungen entstanden, das ständig gepflegt wird. So legte die Stadt 1982 auf der einstigen „Pferderennbahn Alte Bult“ den „Hiroshima-Gedenkhain“ an. 110 dort gepflanzte Kirschbäume und eine Granitplatte, direkt aus dem Explosionsgebiet, erinnern an die Todesopfer. Weiße Hände strecken sich gen Himmel und klagen lautlos. Aktueller denn je ermuntern sie die Menschen

heute, sich in aller Welt die Hand zu geben, und wünschen Frieden.

Die vollständige atomare Abrüstung bis 2020 ist auch das erklärte Ziel des weltweiten Netzwerkes „Mayors for Peace“, das 1982 von Hiroshima gegründet wurde und dem Hannover als Partnerstadt seit damals angehört. Heute treten über 7.000 Bürgermeister und Städte in 162 Ländern für dieses Ziel in dem Wissen ein, dass es für eine Stadt und ihre Bewohner unmöglich ist, bei einem Atomwaffen-Angriff Schutzmaßnahmen zu treffen.

Als Naherholungsgebiet bietet die Bult heute ein Zuhause für Tiere und Pflanzen. Jedes Jahr im April blühen dort die Kirschbäume. Nach japanischer Tradition lädt man während dieser Zeit Freunde und Familie zu einem Picknick unter den Bäumen ein, um gemeinsam die Schönheit der Natur zu fei-

ern. Ein solches „Hanami“ feiern Deutsche und Japaner auch in Hannover.

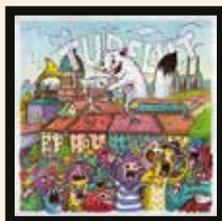
In Japan steht die Kirschblüte für Reinheit, Schlichtheit, Aufbruch aber auch Vergänglichkeit und wird als Symbol des Lebens verehrt. Nach nur kurzem Erblühen fallen die rosa und weißen Blätter im Moment vollendeter Pracht als strahlende Frühlingboten von den Bäumen ab. Als vom Glück beseelt gilt, wem die Blüte so ins Haar geriet.

Wir sagen: Fürs nächste Frühjahr unbedingt einen Besuch vormerken! Neben stillem Glück wird auf der Bult ein vielfältiges Programm geboten: japanische Kampfkunst, Kalligraphie, Origami, Musik, japanische kulinarische Spezialitäten, Manga-Präsentation, Teezeremonien und vieles mehr. Weitere Infos und den genauen Termin unter hannover.de.

Roland Kolb

PLATTENKRITIK

Diese Seiten sind Hannovers lebendiger und vielseitiger Musikszene gewidmet. In jeder Ausgabe stellen wir aktuelle und spannende Veröffentlichungen von Bands und Künstlern vor allem aus der Region vor. Stilistische Grenzen setzen wir uns dabei nicht – ob Rock, Hip-Hop oder Klassik. Unser Credo lautet: Ehrlich loben und konstruktiv kritisieren.



HERMELIN

Tüdelüt

Pain of Mind Records

Hermelin, das putzige Tierchen mit langgestrecktem Körper und kurzen Beinen, ist den meisten vermutlich noch aus dem Biologieunterricht bekannt. Etwas weniger bekannt wird wohl die Band Hermelin aus Hannover sein, die sich im April mit einer neuen EP zurückmeldete. Nach einer mehrjährigen Pause veröffentlichten die vier Freunde mit „Tüdelüt“ ihre fünfte Platte. Auf eins kann man dabei lange warten – Gesang. Ganz einfacher und schlichter Instrumental Rock fühlt sich hier ohne großen Schnickschnack besonders wohl. Und doch vermisst man nichts. Das Wesentliche – die Musik – lässt einen gar nicht erst auf Gesang warten, da die Instrumentalisierung in sich abgeschlossen wirkt. Gerade die E-Gitarren rücken, wie sollte es bei Rock auch anders sein, in den Vordergrund und liefern ein gekonntes Zusammenspiel von ruhigen und rockigen Passagen. Die Riffs erinnern an die versierten Klänge von Stoner Rock. Wer noch nicht die per-

fekte Begleitmusik für Lernaktivitäten oder Papierkram gefunden hat, für den ist „Tüdelüt“ vielleicht genau das Richtige. Nicht ohne Grund bezeichnet die Band selber ihre Musik als „zu laute Fahrstuhlmusik“.

Mehr davon: www.hermelinband.de

Cora Beckmann



YOU SILENCE I BIRD

Tilia

ohne Label

You Silence I Bird, das sind vier Jungs aus Hannover und Braunschweig, vereint als eine Band, die es vermag, den Zuhörer in eine heile Welt zu versetzen. Mit ihrem im März erschienenen Debut-Album „Tilia“ fühlt man sich auf ländliche Bauernhöfe mit weiten Wiesen versetzt, wo das Vogelgezwitscher einen natürlichen Beitrag zu der Musik liefert, die man bei einem kühlen Glas Limo auf der Terrasse hört. Diese Naturverbundenheit spiegelt sich bereits im Albumtitel wieder, denn Tilia ist der botanische Ausdruck für die Linde, und Lindenblät-

ter finden auch ihren Platz auf dem Albumcover. So melancholisch sich die Platte auch zuweilen anhören mag, schafft You Silence I Bird es, den Hörer in eine glückselige Melancholie zu versetzen. Jeder Song birgt eine kleine Überraschung, zum Beispiel eine unerwartete Instrumentierung, und viele kleine schöne Details wie das stets wiederkehrende Vogelgezwitscher lassen Glücksmomente aufblitzen. Die Instrumentierung ist im Vergleich zu früheren Werken der Band breiter geworden, trotzdem sind die Bandmitglieder sich unverkennbar treu geblieben. Glasklare Mehrstimmigkeit und Indie-lastige Gitarrenriffs schwingen im Einklang mit Akustikgitarren und den gediegenen Drums. Diese Musik lädt einfach zum entspannten Tanzen und Genießen in der Sonne ein. Selbst im Herbstblues erinnert sie noch an die letzten warmen Sonnentage. Besondere Highlights der Platte: Der Track „Next to the fields“ macht seinem Namen alle Ehre! Als würden die Jungs allein für dich ein kleines Open-Air-Konzert im Feld spielen. Authentizität wird hier noch großgeschrieben. Fans von Ben Howard werden hier auf jeden Fall auf ihre Kosten kommen.

Mehr davon:

www.yousilenceibird.com

Cora Beckmann



IOT.GE BAND

TWO.LIVE

ohne Label

Wer sagt, Jazz sei tot, hat sich vermutlich im letzten Jahr nicht ausreichend in den hiesigen Medien informiert.

Mit dem Film „La La Land“ ging der Trend so allmählich wieder hin zum Jazz, und auch in Hannover findet man bei genauerem Hinschauen immer mehr Jazzveranstaltungen. Hatten sich die fünf Musiker von IOT.GE ursprünglich für ein einmaliges Konzert zusammengetan, ist nun ein Herzens-Jazzprojekt und eine dauerhafte Band daraus geworden. Sie spielen mit allem, was Jazz zu bieten hat, und das ist in Einzelteile zerlegt sehr viel – ein hoch auf Fusion! Diverse Einflüsse des Soul und Pop ergeben kombiniert mit Improvisation und eingängigen Bläsern ein überzeugendes Zusammenspiel verschiedenster Stile, das überrascht! Dabei wird auf alte Einflüsse des Hardbops zurückgegriffen, die wiederum mit neuen Elementen des Pop kombiniert werden. So schillert die Musik ihrer ersten Live-EP „TWO.LIVE“ in vielen Facetten. Jazz lebt nun mal von seinen Live-Erfahrungen, und die lassen sich hier gut nachempfinden, mal instrumental, mal mit Stimme. Besonderes Highlight ist der Track „Fall in Love“, Jazz fusioniert mit Rap, dank eines Gasttritts von Johannes Berger.

Mehr davon: www.iotgeband.com

Cora Beckmann

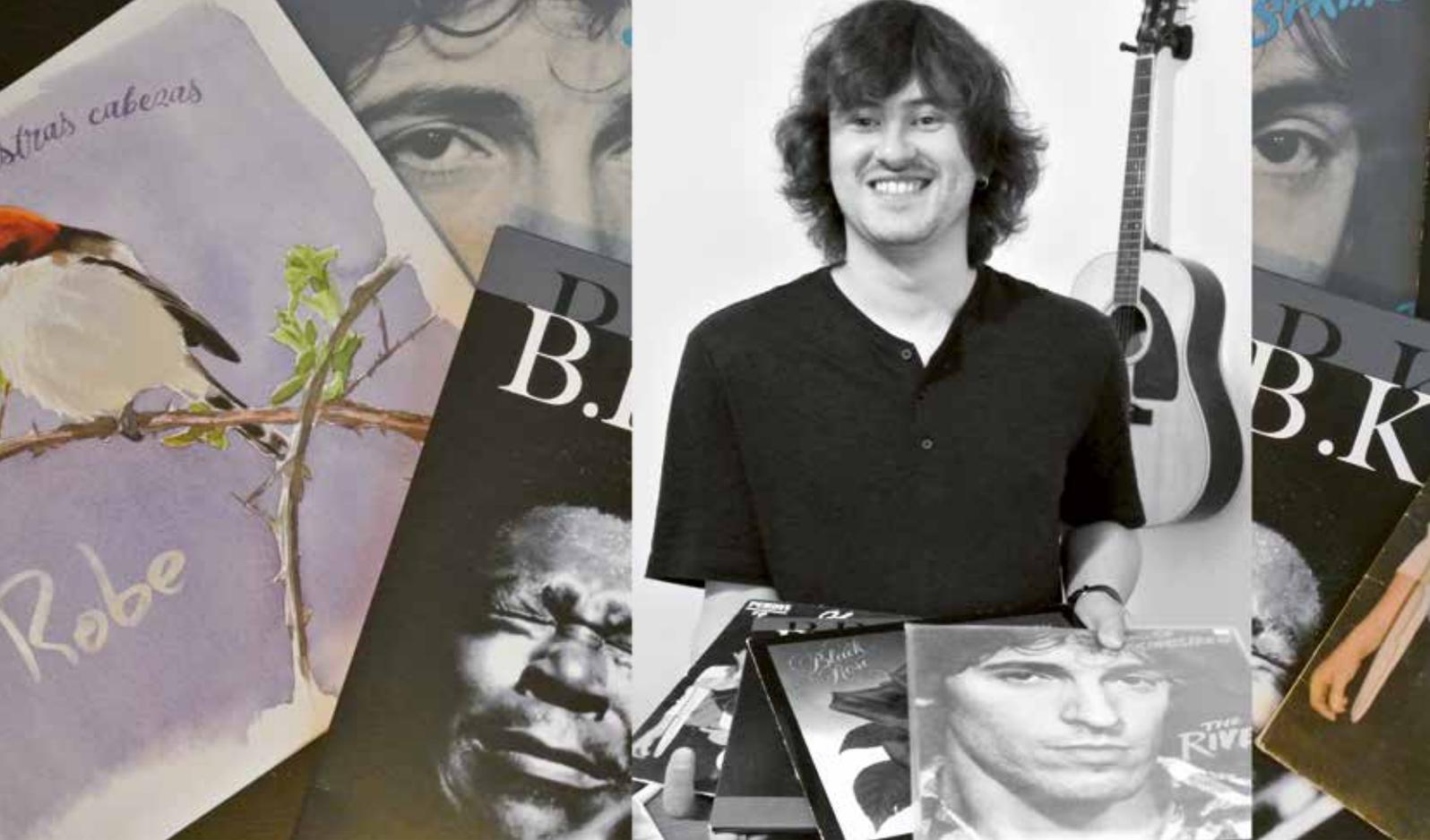
Ihr wollt eure CD im „Saitensprung“ rezensieren lassen? Dann schickt eure Platte und dazugehöriges Informationsmaterial an:

Redaktion „Saitensprung“
Institut für Journalistik und
Kommunikationsforschung

(Gunter Reus)

Expo Plaza 12

30539 Hannover



„MANCHMAL DENKE ICH, WAS MACHÉ ICH HIER?“

Alberto Navalón, 26, ist vor vier Jahren aus der spanischen Kleinstadt Albacete nach Deutschland gekommen. Die Jugendarbeitslosigkeit liegt in seinem Heimatland noch immer bei 38,6% (Statista), und laut Deutschlandfunk sind 90% der neu abgeschlossenen Arbeitsverhältnisse befristet – manche sogar für nur ein paar Tage und Wochen. Alberto hatte zwar Arbeit in seinem Wohnort, aber eine langfristige Perspektive gab es für ihn dort nicht.

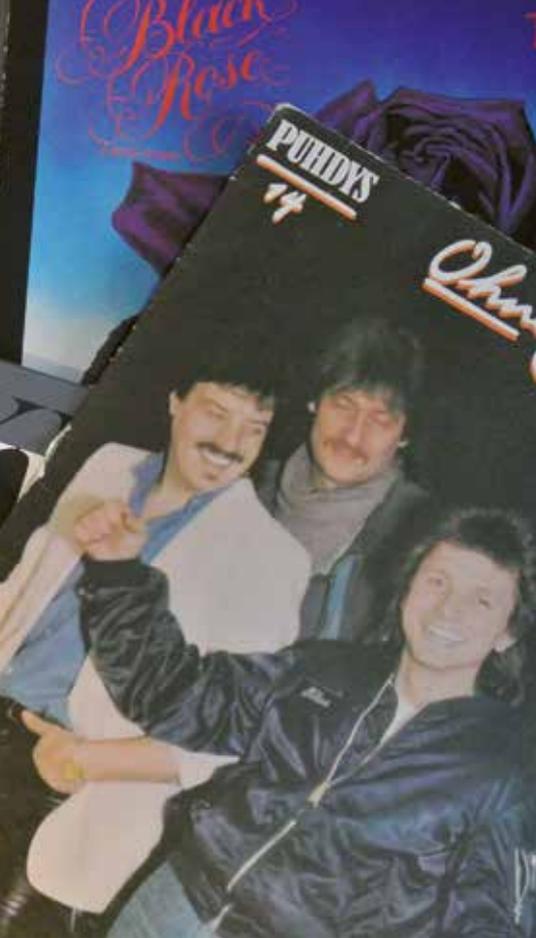
Er hat in Spanien eine Ausbildung zum Industriemechaniker gemacht und dann durch ein Projekt der IHK ein dreimonatiges

Praktikum in Hannover angeboten bekommen. Alberto hatte Lust ein neues Land kennenzulernen und nahm das Angebot an. Danach konnte er ein weiteres Jahr hier bleiben, seine Ausbildung wurde anerkannt, und mittlerweile arbeitet er als Elektroniker für eine Firma, die Kunststoff und Gummi für Reifen herstellt.

In einem Mehrfamilienhaus mit nur spanischen Bewohnern am Rande Hannovers wohnt Alberto jetzt. In seiner Straße leben viele Spanier, die in Hannover eine neue Perspektive bekommen haben. In seinem kleinen Wohnzimmer erkennt man auf den

ersten Blick seine Leidenschaft für Rockmusik. An der Wand hängen Poster von den Ramones und Bruce Springsteen. Auf dem Fernseher läuft eine Spotify-Playlist, und ein Plattenspieler steht gleich daneben. Seine E-Gitarre lehnt an einem Regal, in dem er seine kleine Schallplattensammlung aufbewahrt. Eine akustische Gitarre hängt an der Wand.

Alberto hat sich inzwischen ein Zuhause eingerichtet. Anfangs fühlte er sich in Hannover aber gar nicht heimisch, und vieles war schwierig. „Das Problem damals war die Sprache. Ich konnte kein Deutsch. Bei



dem Praktikum habe ich gar nichts verstanden“, erzählt er. „Dann habe ich auf Englisch gesprochen, aber das war auch ein Problem. Ich hatte nicht viel Kontakt zu Deutschen, nur zu Spaniern“, sagt Alberto. Eine Begegnung aber hat ihn damals beeindruckt: Das war, als er Ursula von der Leyen traf. Sie hat sich das Projekt der IHK angeschaut, als sie noch Ministerin für Arbeit und Soziales war. Alberto erzählt stolz, wie er auf dem Pressefoto neben ihr stand.

Inzwischen kommt er gut zurecht mit den Deutschen und der Sprache. Auch die Klischees, die er aus seiner Heimat kannte, haben sich nicht bestätigt. „Die Spanier denken, alle Deutschen sind ein bisschen kalt. Wir denken, die Deutschen wollen nur arbeiten, alles muss perfekt sein, und sie haben keinen Spaß. Das ist in Wirklichkeit nicht so. Bei der Arbeit habe ich viele Kollegen, die viele Späße machen“, berichtet er.

Er ist zufrieden, obwohl er als Leiharbeiter nicht so viel verdient wie seine Kollegen. „Dieses Mal habe ich Glück gehabt, weil ich das Geld von der Zeitarbeitsfirma bekomme, und dann bekomme ich ein Plusgeld von der Firma. Dann kriegst du nicht das Gleiche wie die anderen, aber fast“, erzählt er. „Ich habe Glück gehabt“, wiederholt Al-

berto. „In meiner Stadt Albacete ist es als Mechatroniker schwer einen Job zu finden. Und wenn du eine Arbeit bekommst, ist sie sicherlich schlechter als hier. Ich habe zwar auch die Möglichkeit nach Madrid zu gehen oder Barcelona oder in eine andere große Stadt, aber das will ich nicht.“

In den Jahren, die er hier ist, hat er sich gut eingelebt. Einzig wenn es Winter ist und schon früh dunkel wird, fühlt er sich ab und zu niedergeschlagen. „Manchmal denke ich, was mache ich hier? Das macht mich ein bisschen traurig. Aber das Land gefällt mir.“ Die anderen Spanier in seiner Straße geben ihm dann ein Stück Zuhause. „Es ist immer gut, wenn du nach Hause kommst, und dann sind da Spanier, es ist ein bisschen Heimat.“ Trotzdem würde er gerne noch mehr andere junge Deutsche kennenlernen.

Wenn ihm solche Gedanken kommen, ist es gut, dass er zur Gitarre greifen kann. „Ich spiele, wenn ich traurig bin, oder auch, wenn ich glücklich bin. Eine halbe Stunde, und dann geht es mir besser“, erzählt er. Seit dem Alter von 15 Jahren macht er Musik. Am liebsten improvisiert er einfach mit seiner E-Gitarre.

Sonst hört er auch gerne einfach Rock- und Blues-Musik. Auch deutsche Rockmusik würde er gern noch mehr hören. Momentan kennt er vor allem Die Toten Hosen und Rammstein. Die Suche nach guten Bands ist aber gar nicht so einfach. „Ich glaube, da muss man immer einen Deutschen fragen. Aber einfach im Internet gucken – da bekomme ich nicht, was ich suche.“ Und was für spanische Musik sollten sich Deutsche mal anhören? „Eine Rockband, die mir sehr gefällt, ist Extremoduro. Sie sind sehr bekannt in Spanien.“ In Deutschland war er einmal auf einem Konzert der Band Los Suaves aus seiner Heimat. „Das war super. Sie spielen seit zwanzig, dreißig Jahren, und als sie ein Konzert in Berlin gaben, sind mein Bruder und ich sofort hingefahren“, erinnert er sich.

Mit der Musikszene in Hannover ist er sehr zufrieden. „Ich komme aus einer kleinen Stadt in Spanien. Da gibt es gar nichts. Da ist Hannover für mich sehr gut. Hier ist fast jeden Tag was los. Klar, es ist nicht Ber-

lin oder Hamburg, da findest du viel mehr.“ Nächsten Monat kommt sein Bruder aus Spanien wieder zu Besuch, und sie gehen wieder auf ein Konzert, diesmal zu Guns n' Roses in der TUI-Arena.

Alberto zeigt mir seine Schallplatten, vor allem Rock- und Bluesmusik, aber auch ein bisschen Klassik ist dabei. Ungefähr dreißig Stück hat er schon gesammelt. Meistens schreibt er in die Hülle, wo und wann er sie gekauft hat. Die letzte LP hat er von einem Flohmarkt im Pavillon – Black Rose von Thin Lizzy. Manchmal geht er auch in Linden in einen Laden, die ein paar Platten im Sortiment haben. Ein paar alte Exemplare hat er von einem deutschen Nachbarn geschenkt bekommen. „Ich dachte, das ist supernett von ihm. Und dann hat er mir eine Platte von den Puhdys gegeben“, erzählt er. „Das ist eine komische Band, aber ich dachte, das war ein super Geschenk.“ Ein Jahr später hat der Nachbar dann aber den wirklichen Grund für sein Geschenk verraten. „Er hat mir gesagt, das seien Platten, die er nicht mehr haben wollte. ‚Ich hasse diese Musik‘, hat er gesagt“, erzählt Alberto und lacht.

Am nächsten Tag treffe ich ihn und einige seiner spanischen Freunde auf dem Lister-Meile-Fest. Er steht natürlich vor der Bühne, auf der gerade eine Coverband Rockklassiker spielt. Alberto meint nur glücklich: „Es gibt so viele Coverbands hier, und die sind alle so gut. So etwas gibt es bei mir zu Hause nicht.“ Scheint so, als könnte es er ganz gut aushalten in Hannover, trotz des Wetters. Jetzt fehlt eigentlich nur noch eine Band, die einen Gitarristen sucht.

Inga Schönfeldt

€3

40 EUR
8 USA
44 IT

sex PISTOLS

UK/EU 12
EUR 46

sex PISTOLS

„NO FUTURE!“ WAR GESTERN

Wenn Überzeugung zum Trend wird,
erliegen auch Punker dem Mainstream.

Viele.

Aber nicht alle

„There's no future for you!“ Was die Sex Pistols einst in ihrem Song „God Save The Queen“ sangen, wurde in den späten 1970er Jahren zum Slogan der englischen Punkbewegung, die kurze Zeit später auch Deutschland erreichte und mit voller Wucht gegen das Establishment prallte. Rebellische Haltung und provokatives Aussehen als Zeichen der Auflehnung gegen die bürgerliche Gesellschaft und den allgemein angestrebten Kommerz. Bunt gefärbte Haare, Irokesenschnitt, zerrissene und mit Nieten bestückte Kleidung gehörten schnell zum typischen Erscheinungsbild der Punks. Doch was ist davon heute noch übrig?

Der genaue Zeitpunkt des Ursprungs von Punk-Rock lässt sich nicht belegen. In der New Yorker Szene erscheint er seit den

späten sechziger Jahren. Dagegen findet Punk in Großbritannien erst in der Mitte der siebziger Jahre Erwähnung. Der Begriff „Punk“ beschreibt sowohl einen Musikstil als auch eine gesellschaftliche Bewegung. Am Anfang stand böse aggressive Musik, geboren in einem sozial schwachen Umfeld, in dem Arbeitslosigkeit und fehlende Perspektiven für die Zukunft eine große Wut auf die bestehenden Ungerechtigkeiten und Ungleichheiten in der Gesellschaft hervorriefen. Aufgrund der Perspektiv- und Orientierungslosigkeit wurde die damalige Generation gerne als „No-Future-Generation“ titulierte. Punk war eine greifbare Möglichkeit, diesen Unmut über die aktuelle wirtschaftliche, politische und soziale Situation auszudrücken.

Klaus Abelmann, heute Pressesprecher der Region Hannover, gehörte damals der

hannoverschen Punkszene an und bestätigt dieses Phänomen. Und doch hat ihm gerade der Punk auch einen Weg in die Zukunft aufgezeigt. „Punk hat mich dahin geführt, wo ich heute bin, obwohl das sicherlich keine Behörde war. Aber er hat mir klar den Berufsweg gewiesen. Punk war ja auch ‚Do It Yourself‘. Wer konnte, hat ein Instrument gespielt. Wenn man, wie ich, völlig unmusikalisch war, hat man sich eben zum Chefredakteur erklärt und ein Fanzine gegründet. Ich gehörte der schreibenden Zunft an, der organisierenden Zunft. Ich tat also, was ich in meinem Rahmen machen konnte, um Punk voranzubringen. Das war in diesem Fall das Schreiben und Plakatieren“, erzählt er.

„Gegen den Mainstream“, lautete die Devise der Punks. Doch was verbirgt sich hinter diesem abstrakten Begriff eigentlich?

„Gegen den Mainstream“, lautete die Devise der Punks

Stützt man sich auf die wortgenaue Übersetzung, bedeutet „Mainstream“ so viel wie „Hauptstrom“. Der Duden führt für den Begriff die Definition „vorherrschende gesellschaftspolitische oder kulturelle Richtung“, die den Geschmack der meisten Menschen in der Gesellschaft anspricht, auf. Der meisten. Aber nicht der Punks. Sie wehrten sich gegen diesen Massengeschmack. „Es war eine Art von Abgrenzung in einer bestimmten Jugendkultur. Die hatte man für sich. Man hatte seine eigene Sprache, seine eigene Symbolik, seine eigene Musik, seine eigenen Klamotten, und man konnte sich richtig schön abheben. Von den Spießern sowieso, aber auch vom Rest der gutbürgerlichen Gesellschaft“, so Jens Dreiser, Musikjournalist aus Hannover.

Doch die Zeiten ändern sich. Im Lauf der Jahre ist Punk in vielen Bereichen kommerzieller geworden. Den Höhepunkt der Kommerzialisierung erreichte er um die Jahrtausendwende, als Überzeugung nach

und nach zum Modetrend verkümmerte. Seither können Band-T-Shirts bei Billigmodeketten, wie H&M, Primark oder New Yorker, für einen Zehner gekauft werden. Dazu noch ein Nietengürtel und andere passende Accessoires. Es ist „in“, neu gekaufte Kleidungsstücke zu zerschneiden und sie alt und abgenutzt erscheinen zu lassen. Der nach Profit strebenden Gesellschaft kommt dieser Trend mehr als gelegen. Die Modeketten verdienen sich eine goldene Nase, indem sie die Logos der Rolling Stones, der Ramones oder der Sex Pistols in ihren Filialen vermarkten.

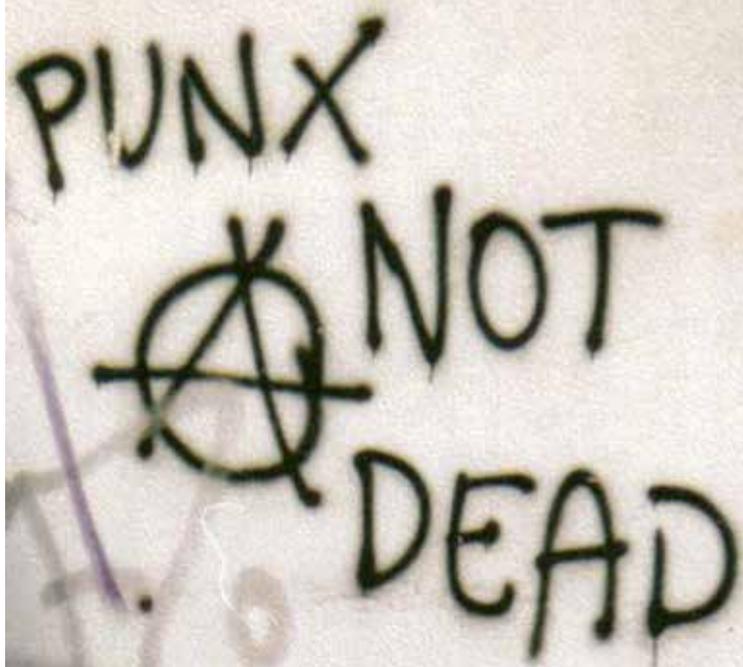
Viele Punks laufen heutzutage mit eben diesen Logos und der Aufschrift ihrer Idole herum. Idole sind etwas ganz Neues in der Punkszene. Denn dadurch, dass ihre Anhänger heute den Lehren anderer folgen, geht ein großes Stück der ursprünglichen Individualität verloren. „Der Großteil des Nachwuchses sieht Punk als Modetrend und nicht als Lebenseinstellung“, so Jens Dreiser. „Ich kann mir auch gut vorstellen, dass diese Jugendlichen denken, sie seien Punk, aber dabei Kleidercodes, Merkmale oder Symbole verwenden und einfach für sich übernehmen, die andere sich in den 70ern aus einer bestimmten Haltung, aus einem bestimmten Zeitgeist und aus einer gesellschaftlichen und einer politischen Situation heraus ausgedacht haben“, ergänzt er.

Die ersten Punks hatten es bei Weitem nicht so einfach wie die Punks in der heutigen Zeit. In den Siebzigern musste man sich das Punksein noch „erarbeiten“. Dies setzte eigenen Antrieb und eigene Ideen voraus, egal ob es um die Garderobe, die Frisur, die Art der Musik oder das Auftreten in der Öffentlichkeit ging. Es gab noch keine Vorgaben für offensichtliche Accessoires, die einen der Szene zugehörig erscheinen ließen. „Man konnte nicht kurz im Internet googlen und ‚Was ist Punk?‘ in die Suchzeile eingeben“, erinnert sich Klaus Abelmann. „Es gab auch keine Fachzeitungen und Musikzeitschriften, die sich dieses Phänomens annahmen. Man war also ziemlich alleine und musste auf die Straße gehen und nach anderen Ausschau halten. So trieb man sich herum und schaute, ob jemand ‚Punk lebt‘ auf die Hauswände geschmiert hatte. Irgendwann traf man den Zweiten, den Dritten und den Vierten. Man traf sich und erkannte sich.“

Aber was ist aus der „No-Future-Generation“ geworden? Wer ist die treibende Macht, die den Punk und die Rebellion auf-



Die „No-Future-Generation“:
John Lydon 1977 mit den
Sex Pistols (oben) und der
„Punk-Nachwuchs“ bei einem
Konzert 2017.



saugt und massenkompatibel macht? Neben der Bekleidungsindustrie leistet wohl die Musikindustrie einen entscheidenden Beitrag zur Kommerzialisierung der Punkmusik. Sie lässt einen Großteil der einstigen Punk-Bands zu hochglanzpolierten Radiohelden mutieren, da sich mit einer eingängigen Melodie und einem Text, der sich unmittelbar bei den Konsumenten einprägt, mehr Geld verdienen lässt. Mal ehrlich: Ist das noch Punk was die Toten Hosen da machen? Oder ist das schon kommerzieller Radio-Pop? Ihre Songs sind längst deutsches Liedgut. Dabei starteten die Hosen vor 35 Jahren als dilettantische Punkcombo ihre Karriere. Von dem Punk-Sound der Ramones und der Sex Pistols sind sie mittlerweile weit entfernt.

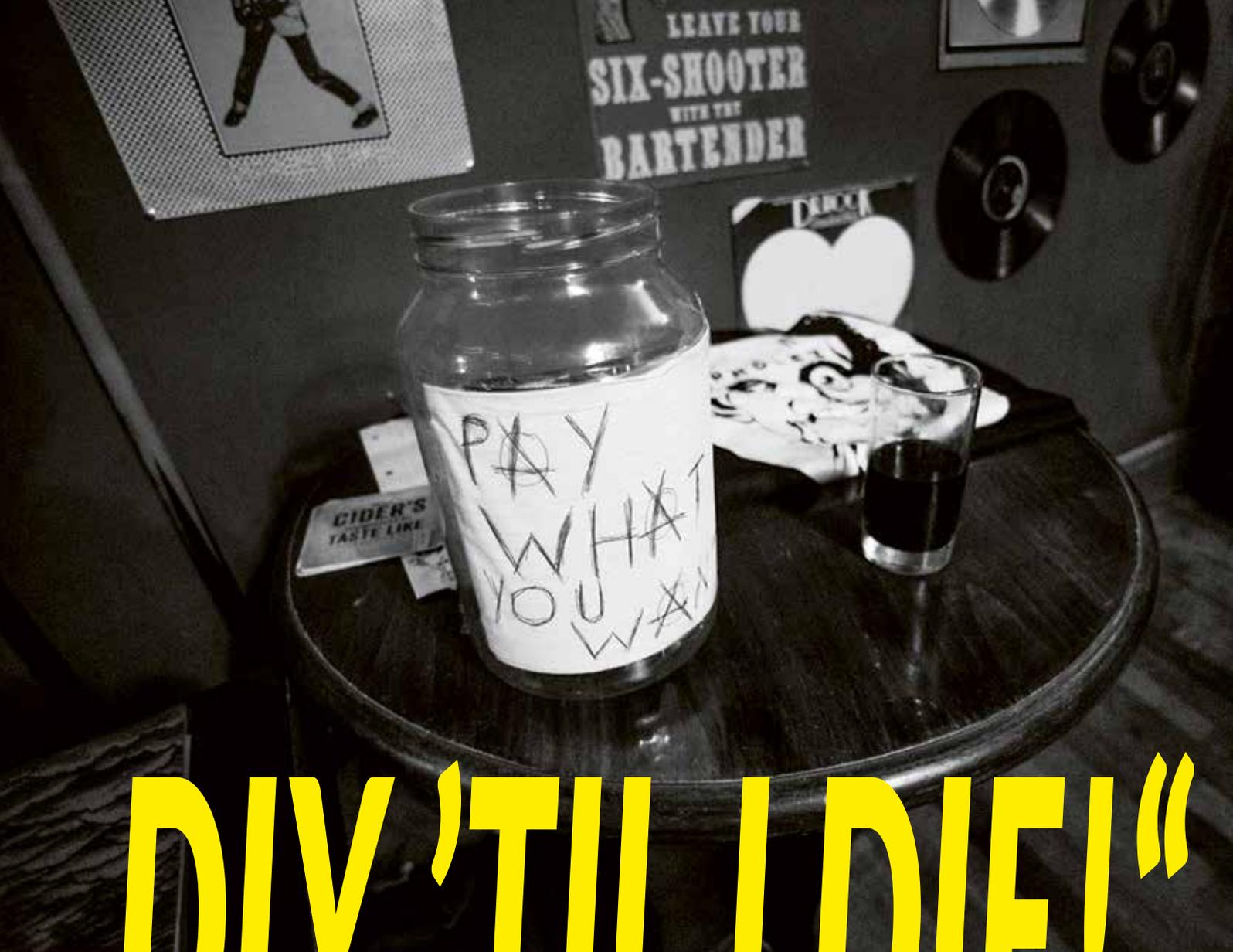
Immer und immer wieder werden deshalb Stimmen laut, Punk sei tot. Punk sei bereits vor vielen Jahren gestorben. Viele der Bands haben die damaligen Ideale anscheinend wirklich vergessen. So bringen alte Urpunks „Best-Of“-Alben heraus oder kündigen große Comeback-Touren an. Andere hingegen, die sich bis heute gehalten haben, verschmelzen mehr und mehr mit dem Mainstream. Diese Rechnung geht finanziell nämlich gut auf. Zumindest musikalisch gesehen bröckelt bei vielen allmählich die Fassade.

Den Höhepunkt der Kommerzialisierung erreichte er um die Jahrtausendwende, als Überzeugung nach und nach zum Modetrend verkümmerte

Es stimmt – die Merkmale der Punkmusik haben sich im Lauf der Jahre stetig weiterentwickelt. Die Musik wurde professioneller und deutlich melodischer. Aber muss man Punk deshalb gleich für tot erklären? Nein, muss man nicht. Ein Beispiel dafür, dass das „Punksein“ durchaus auch mit radiotauglichen Rock-Songs funktioniert, sind Green Day aus Oakland, Kalifornien. Sie gehören auch heute noch zu den erfolgreichsten Punk-Bands aller Zeiten. Hört man sich die Alben der vergangenen fünf Jahre an, findet man zwar die eine oder andere Ballade. „Das ist ja so gar nicht Punk“, werden sicher viele sagen. Musikalisch gesehen vielleicht nicht mehr so wie Anfang der neunziger Jahre, als Green Day das Punk-Revival begonnen haben. In den Texten hingegen bleibt die Grundidee von Punk, nämlich die Rebellion und Provokation, immer noch erhalten. Green Day verwenden melodischen Rock gezielt, um der heutigen Generation sozialkritische und nachdenkliche Texte in die Ohren zu drücken und auf politische und gesellschaftliche Unruhen und Missstände aufmerksam zu machen.

Und das funktioniert. Auch über einen kommerziellen Radiosender.

Lara Sagen



„DIY‘TIL I DIE!“

Eine Musikszene abseits von Mainstream und dem Kampf um Macht und Geld

Viele Muskschaffende wenden immer häufiger Mainstream und Major Labels den Rücken zu und schlagen den weniger konventionellen Weg der Selbstvermarktung ein. Während Internetplattformen wie YouTube, Soundcloud und Bandcamp dies einfacher denn je machen, ist Selbstvermarktung kein neues Konzept: Die DIY-Musikszene setzt schon seit Jahrzehnten auf absolute Autonomie. Ihren Ursprung hat DIY-Musik in den siebziger Jahren, wo sie zunächst als Begleiterscheinung der Punkbewegung begann. DIY steht für „Do

It Yourself“ und heißt so viel wie „Mach’s selbst“. Auf Musik bezogen bedeutet das, dass Aufnahme, Produktion, Vertrieb und Promotion ihrer Musik sowie auch Konzerte von den Künstlerinnen und Künstlern selbst in die Hand genommen und organisiert werden, unabhängig von Plattenlabels oder traditionellen Veranstaltungsorten. Die DIY-Musikszene bietet also eine Möglichkeit, die Mainstream-Musikindustrie zu umgehen und sich in einer komplett eigenständigen Infrastruktur kreativ auszudrücken.

Das Phänomen DIY-Kultur gehört keinesfalls der Vergangenheit an; auch heute noch gedeihen diese DIY-Infrastrukturen an vielen Orten. Aber was genau macht den Reiz und die Attraktivität dieser Szene aus? Darüber habe ich mit fünf Menschen gesprochen, die auf verschiedene Art und Weise in der DIY-Szene aktiv sind.

Darin, was die DIY-Musikszene oder auch die DIY-Kultur als Ganzes ausmache, sind sich die fünf einig: das Gefühl, einer Gemeinschaft anzugehören. Es gehe



hier nicht nur um Musik, sondern auch um sozialen Zusammenhalt. Dan, Bassist und Sänger der Punk/Garage-Rock-Band Tinnedfruit, schildert es so: „Für mich ist DIY-Kultur eine Gruppe, oder mehrere Gruppen, von Menschen, die zusammenkommen, um Kunst und ein Umfeld zu schaffen, wo diese Kunst aufblühen kann. In vielen Fällen entsteht auch eine Gemeinschaft, die Menschen mit alternativen Lebensstilen einen Platz bietet.“ Auch das Wort „Unterstützung“ fällt mehrfach: Die DIY-Musikszene als Gemeinschaft unterstütze ihre Mitglieder in ihren Bestrebungen und Projekten, man helfe sich gegenseitig und lerne voneinander in gegenseitigem Respekt.

Obwohl die DIY-Kultur mit der Punkbewegung aufgekommen sei und auch weiterhin in enger Verbindung zu Punk stehe, sei sie durchaus offen für andere Stile,

verschiedene Ideologien und Bewegungen, sagt Ollie, Sänger der Punk-Band Bobby Funk und einer der Gründer des DIY-Labels Automonster Records: „Die DIY-Szene ermutigt, akzeptiert und fördert eine feministische Elektro-DJane genauso wie eine anarchistische Punk-Band.“ Jim, ein Fotograf und Skater, erwähnt in diesem Zusammenhang den Begriff „Selbstlosigkeit“. Das scheint ein einendes Merkmal unter Anhängern der DIY-Kultur zu sein: Man unterstützt sich gegenseitig, man teilt, man engagiert sich und trägt etwas zu Projekten bei, um der Kunst willen, nicht weil man etwas im Gegenzug erwartet oder sich einen wirtschaftlichen Profit erhofft.

Hand in Hand mit dieser Idee des Gemeinschaftsgefühls und der bedingungslosen Mitwirkung geht die Einstellung zu Geld in der DIY-Musikszene. Niemand, so scheint es, will sich hier eine goldene Nase verdienen. Alex betreibt mit Ollie das Label Automonster Records, zusammen machen sie die Hälfte der Punk-Band Bobby Funk aus. Gelegentlich organisieren sie auch Gigs. Beide erzählen, dass bei DIY-Veranstaltungen meist gerade so die Kosten gedeckt werden könnten, wenn nicht sogar Geld verloren werde. Oft werde kein fester Eintritt verlangt, sondern jeder könne etwas in ein „Pay-what-you-want-Glas“ tun und für die auftretenden Künstler oder auch einen guten Zweck spenden. Nicht selten finden Gigs auch an etwas ungewöhnlichen und kostengünstigen Orten statt, wie zum Beispiel in einem Wohnzimmer oder einem alten Lagerhaus. Das stärkt, wie der Verzicht auf das „große Geld“, das Gemeinschaftsgefühl und den Zusammenhalt, auch zwischen Publikum, Bands und Veranstaltern.

Jeglicher Profit, der dann bei solchen Veranstaltungen gemacht wird, fließt wieder zurück in die Kunst und die Szene selbst,

sei es durch die finanzielle Unterstützung von DIY-Veranstaltungsorten, von Labels, damit sie die nächste Platte pressen lassen können, oder von künstlerischen Projekten. Diese „Geldnot“ mache aber auch erfindereich und biete neue Möglichkeiten, sagt Mathilde. Sie hat gerade das DIY-Label Bad Records gegründet, das sich auf Tonkassetten spezialisiert. Der Gedanke des Do-It-Yourself, so erklärt sie, „bedeutet, dass man ein Teil des ganzen Prozesses von etwas sein kann, man macht es eben selbst, anstatt jemanden zu bezahlen, damit er es für einen macht. Man lernt was!“

Diese Einstellung zu Geld und Profit verleiht der DIY-Musikszene politische

„Die DIY-Szene ermutigt, akzeptiert und fördert eine feministische Elektro-DJane genauso wie eine anarchistische Punk-Band“

Züge. Da sie als „Beiprodukt“ der Punkbewegung entstand, haftet ihr natürlich auch ein Bezug zu den politischen Ideologien des Punks, wie Anarchismus und Antikapitalismus, an. Die geringe Rolle, die Geld in der Szene spielt, und die Art und Weise, wie damit umgegangen wird, sind Beispiele hierfür. Schon dass die DIY-Musikszene eine Gegenreaktion auf die Mainstream-Musikindustrie mit all ihren Systemen und Prozessen sein will, ist ein politisches Statement. Überhaupt sei Politik, so Jim, der primäre Antrieb der DIY-Kultur. Im Mainstream schein es oft so, als stehe Mu-

sik in erster Linie als Produkt für die Masse und erst dann als Kunstform. In der DIY-Musikszene habe die Kunst höchste Priorität, wozu sie aber die kommerzielle Musikindustrie durchaus brauche, sagt Mathilde. Denn nur so erkenne man, dass es Bedarf für etwas Neues und anderes gebe.

DIY-Kultur hat also durch ihre Entstehungsgeschichte und Wurzeln einen politischen Hintergrund. Das heißt aber nicht, dass alle, die DIY-Musik machen, politische Aktivisten sind. Natürlich gibt es viele, die ihre Frustrationen und Meinungen musikalisch verarbeiten. Hierzu ist die DIY-Musikszene auch besonders geeignet, da die Produktion und der Vertrieb der Musik allein bei den Künstlerinnen und Künstlern liegt und keine Kompromisse über politische Äußerungen mit Plattenlabels oder anderen Instanzen eingegangen werden müssen. Andererseits gibt es auch diejenigen, deren Musik bewusst unpolitisch ist; deshalb ist ihr Beitrag zur DIY-Szene aber nicht weniger wichtig. Dan fasst es so zusammen: „DIY-Kultur hat auf jeden Fall etwas mit Politik zu tun, aber ich denke nicht, dass

Politik das wichtigste Merkmal der Szene ist. Ich sehe DIY-Kultur nicht als politische Bewegung oder Ideologie, sondern eher als eine Arbeitsweise, die nicht vom Mainstream akzeptiert wird und sich ihm aktiv entgegenstellt.“

Aus den Gesprächen mit Jim, Alex, Ollie, Mathilde und Dan wird klar, ist dass es sich bei DIY-Kultur nicht um einen Club handelt, in den man eintritt, sondern um eine Mentalität, ein Ethos, eine Art des Denkens. Es geht darum, die Initiative zu ergreifen, einander zu unterstützen und zu fördern, mit den Ressourcen, die man hat, erfinderisch zu werden – und das alles in dem Bestreben, etwas Neues zu schaffen oder etwas Bestehendes zu verbessern. Trotz des scheinbar allgegenwärtigen Mainstreams und der ständigen Schließung von DIY-Veranstaltungsorten sei die DIY-Kultur ein Modell für die Zukunft – da sind sich Dan, Ollie, Alex, Jim und Mathilde sicher.

Johanna Andres

„Do-It-Yourself, bedeutet, dass man ein Teil des ganzen Prozesses von etwas sein kann, man macht es eben selbst, anstatt jemanden zu bezahlen, damit er es für einen macht. Man lernt was!“





„DAS FINANZIELLE MUSS MAN LANGE AUSBLENDEN KÖNNEN“

Musikstudenten arbeiten oft schon während ihrer Ausbildung als Berufsmusiker

Max Eisinger studiert Jazz-Geige an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover. Wie viele andere Studierende geht er einer Nebentätigkeit nach. Allerdings handelt es sich bei ihm eher um einen Fulltimejob, der dazu dient seine Musikkarriere aufzubauen.

Wann hast du neben deinem Vollzeitstudium angefangen, erste eigene Projekte zu verfolgen?

Max Eisinger: Na ja, meine ersten eigenen Projekte habe ich schon während meiner Schulzeit verfolgt. Als ich begonnen hatte zu studieren, war das erst mal ein Cut: neue Stadt, neue Leute. Plötzlich kennt man keinen mehr. Nach etwa einem Jahr Studium wurde ich dann auf einer Jam-Session angesprochen, daraus entstand mein erstes Projekt als Student, eine Weltmusik-Band. Die Band war in Nürnberg bereits etabliert, ich weiß also nicht, inwiefern ich es als „mein eigenes Projekt“ bezeichnen kann. Dennoch konnte ich dort viel lernen, vor allem im Umgang mit Kollegen und Veranstaltern.

Arbeitest du seitdem stetig an Projekten?

Dort bin ich nach ein paar Jahren wieder ausgestiegen. Meine Prioritäten hatten sich verschoben und auch meine Ansprüche an meine Kollegen und Mitmusiker. Aber ja, ich war mittlerweile auch Teil des Monaco Swing Ensembles, ein Gypsy-Swing-Sextett aus meiner Heimatstadt München. Außerdem entwickelte sich in dieser Zeit mein Streichquartett, das Feuerbach Quartett, das bis heute den Großteil meiner Arbeit ausmacht. Da kann ich mich umfassend ausleben, kreativ und organisatorisch kann ich hier alles mitgestalten. Man muss immer dran bleiben, auf der Suche nach neuen Ideen, um Bestehendes zu optimieren. Diese Suche ist ein Fulltimejob.

Wie viel Zeitaufwand erfordern deine Projekte in der Woche?

Das kann ich schwer beantworten. Gerade das Feuerbach Quartett bringt viel Büroarbeit mit sich. Das hat mit Musik erst mal wenig zu tun, muss aber täglich erledigt werden. Hinzu kommt natürlich das individuelle Üben. Man muss aufpassen, dass das nicht zu kurz kommt. Man muss gut in Form bleiben, um flexibel zu sein. Und vor allem: reisen. Im Zug, Auto oder Flugzeug, da geht viel Zeit durchs Land.

Das Ziel eines jeden Musikers ist es vermutlich auch, finanziell unabhängig zu sein. Inwieweit helfen dir deine Projekte bereits dabei? Bist du noch viel auf Unterstützung durch deine Eltern angewiesen?

Dass das ein primäres Ziel ist, glaube ich nicht. Zumindest hoffe ich das. Ich habe das Glück, nur durch Konzerte meine laufenden Kosten bezahlen zu können. Ich bin aber erst 23, daher ist das Finanzamt noch sehr gnädig mit mir, ebenso die Krankenkassen und die Künstlersozialkasse. Mit Familie und Kindern ist das aber wieder etwas anderes. Die meisten Musiker fangen deshalb früher oder später an, ein paar Tage pro Woche zu unterrichten, um etwas Sicherheit zu haben. Im Idealfall ein festes Arbeitsverhältnis mit Zusatzleistungen.

Welche Rolle spielt denn das Thema Geld bei der Entscheidung, Musik zum Beruf zu machen oder nicht?

Die Entscheidung, Musiker zu werden, trifft man ja im Prinzip schon als Kind, wenn man mehr übt als die anderen und der Tagesablauf und die Freizeitgestaltung stark von der Musik dominiert werden. Es sind dann eher persönliche Faktoren, die einen später davon abhalten können, eine berufliche Karriere als Musiker einzuschlagen. Tägliches Üben bedeutet, sich täglich mit

seinen Schwächen auseinanderzusetzen. Die Konkurrenz ist immens, das merkt man auch schon als Jugendlicher. Hinzu kommen emotional belastende Situationen, wie Wettbewerbe, strenge Lehrer, cholerische Dirigenten. Man braucht ein dickes Fell. Finanzielle Sorgen sind im Vergleich dazu lange nebensächlich. Die werden erst später real, gegen Ende des Studiums, wenn Probespiele und Probejahre scheitern, die Gagen nicht steigen. Und auch dann ist es eher der künstlerische Stolz, der gekränkt wird. Das Finanzielle muss man lange ausblenden können als Künstler.

Übt das Thema Geld Druck auf deinen Alltag aus?

Nein, überhaupt nicht. Erst wenn das Girokonto überzogen, der Monat aber nicht mal zur Hälfte rum ist. Dann denke ich mir „Hoppla“, aber dann muss man eben für einen Moment seinen Stolz vergessen und auf einer Hochzeit den Pachelbel-Kanon spielen. Und bei gutem Wetter Straßenmusik. Das ist super cool! Wenn man den ganzen Tag spielt, zusätzlich ein paar CDs verkauft, dann kommt genug zusammen, um eine Durststrecke zu überstehen. Im Idealfall noch eine spontane Gig-Anfrage für eine Geburtstagsfeier heute Abend. Man muss flexibel bleiben und immer daran glauben, dass sich schon irgendwie eine Lösung findet. Optimismus ist überlebenswichtig.

Bleibt dir bei all deinen Projekten genügend Zeit fürs Studium?

Natürlich hätte ich gerne mehr Zeit, um zu studieren. In Ruhe neue Werke erarbeiten, mehr hören, lesen, komponieren. Aber „bassd scho“ würden wir in Bayern sagen. Man muss halt diszipliniert sein und mit wenig Schlaf auskommen.

Das Gespräch führte Jana Rebellato

MÖGE DIE MACHT



Dirigenten können Musiker erheblich unter Druck setzen – aber auch notwendige Autorität und Verantwortung beweisen

Ein klassisches Konzert beginnt und endet immer gleich. Das Orchester kommt auf die Bühne und stimmt nach. Dann herrscht erwartungsvolle Stille. Sobald der Dirigent den Saal betritt, brandet Applaus auf. Er schreitet in die Mitte der Bühne, und das Orchester erhebt sich. Ein letzter Blick ins Publikum, dann dreht er sich um und hebt den Taktstock. Von nun an sind seine Emotionen und die Konzentration in seiner Mimik den Konzertbesuchern verborgen. Schließlich ertönt der Schlussakkord, und der Dirigent ist der Erste, der sich unter dem frenetischen Beifall verbeugt. Danach bedeutet er den Musikern aufzustehen. Erst nach seiner Geste erheben sie sich.

Vergegenwärtigt man sich diesen immer wiederkehrenden Ablauf eines Konzerts, dann begreift man, warum der Dirigent so

unnahmbar wirkt und sogar als Inbegriff der Macht wahrgenommen wird. Der Schriftsteller Elias Canetti schrieb 1960 in seinem Buch *Masse und Macht*: „Es gibt keinen anschaulicheren Ausdruck der Macht als die Tätigkeit des Dirigenten.“ Wenn man beobachtet, wie er mit Menschen umgeht, ließen sich alle Aspekte der Macht erkennen. Aber wie viel Macht hat der Dirigent wirklich? Ist das Bild des fast schon absolutistischen Herrschers über das Orchester vielleicht verzerrt?

Zahlreiche Anekdoten belegen das Bild des Befehlshabers, der seine Macht über die Musiker auskostet. Der Italiener Arturo Toscanini war zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein Vertreter dieser Art, der in den Proben die Musiker anschrie, Taktstöcke aus Wut zerbrach und in Jähzorn über

kleinste Fehler ausbrechen konnte. Heimliche Tonmitschnitte aus den Proben belegen, dass er regelmäßig ausrastete. George Szell arbeitete ähnlich und war „ein wirklicher Diktator im Umgang mit Menschen, der sagen konnte ‚Du am 3. Pult, du musst nicht mehr kommen‘. Damit waren Karrieren mitunter einfach beendet, weil die Musiker damals keinerlei arbeitsrechtlichen Schutz hatten“, erzählt Martin Brauß, Professor für Dirigieren an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover (HMTMH).

Diese Beispiele stammen aber auch aus einer anderen Zeit. „Die Menschen und Prioritäten und der Benimm waren anders. Vor hundert Jahren war man mitunter sehr kurz angebunden, egal ob als Unternehmer, General oder Dirigent. ‚Machen Sie das‘,



(NICHT) MIT IHNEN SEIN

hieß es dann einfach. Das latent Militärische, das Hierarchische war normal in der Gesellschaft“, so Brau. Er ist überzeugt, dass es so eine Machtdemonstration und Bloßstellung von Musikern heute nicht mehr gibt. Pultweise vorspielen zu lassen, um so die Musiker bei Fehlern bloßzustellen zu können, komme schon aus rechtlichen Gründen heutzutage nicht mehr vor. Der Orchestervorstand würde sich einfach weigern.

Stephan Eichmann spielt seit Jahren im Philharmonischen Orchester Kiel und hat schon einige Dirigenten erlebt. Zum Beispiel einen Generalmusikdirektor, der einen beleidigenden Tonfall anschlagen und auch auf einzelnen Musikern „genüsslich herumtrampeln“ konnte, erzählt der Geiger. Während einer Probe habe er es einmal auf

die Hornisten abgesehen gehabt. „Der Dirigent kam völlig sauer rein, hat nach ein paar Takten gleich abgebrochen und die Hörner zurechtgewiesen, in einem rden, völlig primitiven Ton: ‚Hörner, was blast ihr denn für einen Mist, darüber lacht doch heute kein Schwein mehr!‘ Man wusste dann gar nicht, ob man jetzt lachen sollte, oder ob das ernst ist“, berichtet Stephan Eichmann. Dann sei noch einmal ein Einzelner bloßgestellt worden. „Wir hatten einen ganz jungen und sensiblen Japaner als Aushilfshornisten. Der Dirigent hat nochmal spielen lassen und wieder abgebrochen und dann mit dem Finger auf den Hornisten gezeigt und gesagt ‚Ey Suzuki, blas mal deine Stelle.‘“

Solch ein Dirigent sei aber unter denen, die er erlebt habe, die Ausnahme gewesen, so Eichmann. Das Verhalten dieses Gene-

ralmusikdirektors lag vielleicht auch an der eigenen Erziehung, denn sein Vater war selbst General von Beruf.

Macht wird heute aber noch viel hinter der Bühne eingesetzt, und sie geht dann nicht nur von den Dirigenten aus. Paul Weigold, ebenfalls Professor für Dirigieren an der HMTMH, berichtet: „Wenn ein Opernchef Personalentscheidungen trifft und sagen muss ‚Der Sänger, das geht leider nicht, der muss raus‘, dann geht es manchmal schon sehr hart zu.“

Auch Stephan Eichmann berichtet von solch einer Machtdemonstration in personeller Hinsicht. Der GMD, der so gegen die Hornisten vorgegangen war, habe sich später selbst als Gastdirigent in einer anderen Stadt nicht anders verhalten. „Er hat sich

über einen Menschen in dem dort ansässigen Chor so geärgert und ihn so schlechtgemacht, bis der seine Stelle verloren hat.“

Die Chance, seine Position für die eigenen Zwecke auszunutzen, ist theoretisch zumindest sehr groß. Denn die Dirigenten haben auch die Macht, neue Orchestermitglieder unter Druck zu setzen. „Wenn ein Dirigent weiß, dass jemand im Probejahr ist und es da um seine Existenz geht, dann kann er einen Musiker innerhalb kürzester Zeit fertigmachen. Aber das sollte natürlich nicht der Fall sein“, erzählt Paul Weigold.

Machtgeile und egozentrische Persönlichkeiten sind als Dirigenten generell fehl am Platz – darüber sind sich beide Professoren einig. „Orchestermusiker sind oft bitter enttäuscht, von den Persönlichkeiten, die am Pult doch auch ganz starke egozentrische oder selbstherrliche Typen sein können. Die dann ihre Macht missbrauchen zur Selbstdarstellung statt zur Musikdarstellung“, erklärt Martin Brauß. Paul Weigold ergänzt: „Letztendlich setzt der Beruf eine gewisse Demut und Bescheidenheit voraus, weil es eben nicht um einen selber gehen soll, sondern um die Musik.“ Herbert von Karajan sei zwar kein Diktator wie Toscanini gewesen, habe seine Macht aber zur eigenen Darstellung ausgekostet. In den Tonstudio-Aufnahmen der Beethoven-Symphonien mit den Berliner Philharmonikern habe er die Musiker „wirklich so

wie eine Armee aufgestellt. Er hat sich dann inszeniert, mit schwarzem Rollstuhl steht er die ganze Zeit im Bild, und er ist der Star. Die anderen sind schon zu Marionetten degradiert“, erzählt Weigold.

Musiker können sich aber auch wehren und das Machtverhältnis umdrehen. Martin Brauß beschreibt, wie das dann aussieht. „Getuschel, verletzende Bemerkungen. Kindergartenatmosphäre im Sinne von Unruhe, Reden, Gelese in Zeitschriften. Das ist der Horrorgedanke für einen Dirigenten.“ Er ergänzt: „Orchester sind dabei manchmal Wolfsrudel. Wenn sie sehen, dass da ein Leitwolf ist, fügen sie sich. Und sie reagieren manchmal wirklich wie ein Kollektiv und nicht wie ein Ensemble einzelner Menschen“, so Brauß. Einerseits muss ein Dirigent somit eine Führungspersönlichkeit sein, andererseits darf er nicht zu autoritär im Umgang auftreten.

Das Kieler Orchester reagiert vergleichsweise zurückhaltend, wenn ein Gastdirigent kommt, der seine Macht ausspielen will. „Wenn wirklich mal ein Querulant da vorne steht, dann versucht man sich so wenig wie möglich aufzulehnen, und jeder denkt sich seinen Teil. Das Orchester ist dann ganz besonders diszipliniert und in den Proben superruhig“, so Eichmann. Allerdings können auch die Kieler Musiker irgendwann die Geduld verlieren: „Wenn dann von vorn trotzdem noch getreten wird, dann kann

das Orchester den Hebel umschalten und auch mal fies werden. Wenn das Orchester sich einig ist, dann ist der da vorn auf einmal ganz allein.“

Kein Wunder, dass sich besonders junge Dirigenten auch machtlos und unsicher fühlen können, wenn sie sich das erste Mal vor ein fremdes Orchester stellen. „Ich stehe einer Wand von 80 Leuten gegenüber und soll dann sagen ‚So machen wir das jetzt‘. Ich bin dann keineswegs der Boss, und die Untergebenen fürchten sich. In der Regel ist es, vor allem bei jungen Dirigenten, umgekehrt. Sie haben eher einen Bammel“, sagt Martin Brauß.

Spüren dann langjährig tätige Dirigenten mehr Macht, wenn sie vor dem Orchester stehen? „Ich habe überhaupt keine Machtgefühle beim Dirigieren“, so Brauß. Er unterscheidet allerdings zwei Arten von Macht: die Macht als etwas Diktatorisches und Bestimmendes, die Canetti beschreibt und die Szell und Toscanini missbraucht haben. Und die philosophische „Macht“ als das Gestalterische, als ein „Gefühl des Machens und Aufgehens in der eigenen Tätigkeit“ – über diese Art von Macht verfügen Dirigenten durchaus. „Sie wäre dann die Fähigkeit, eine Atmosphäre und eine Situation zu kreieren, in der Musik entsteht“, erklärt er.

Die Frage, wie viel Macht der Dirigent wirklich hat, muss also differenziert gesehen werden. Wenn es um die künstlerische Interpretation geht, hat der Dirigent nach wie vor die Oberhand. Flache Hierarchien und Mitsprache, wie sie in der Wirtschaft propagiert werden, gibt es im Orchester spiel so nicht. Machtmissbrauch, die Bloßstellung von Musikern und die Möglichkeit Karrieren zu beenden, sind aber längst nicht mehr üblich. Durch Drohungen und Angst wird heute kein Musiker mehr zu Höchstleistungen angespornt. Paul Weigold erklärt: „Ich würde es eher Autorität und Verantwortung nennen, was der Dirigent hat. Man versucht in einem Miteinander gute Ergebnisse erzielen. Gegenseitiger Respekt und Vertrauen sind ebenso wichtig.“

Inga Schönfeldt



MÄNNER MACHEN MUSIK, FRAUEN DIE MUSE



In der Popmusik sind die Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern nach wie vor ungerecht verteilt

Musik ist nicht nur Kultur, sondern auch eine Industrie. Eine Industrie, die sich nach rückläufigen Umsätzen Anfang der 2000er Jahre derzeit langsam wieder erholt. Die Machtverhältnisse sind aber ähnlich geblieben: Vor allem der Inner Circle der Musikindustrie ist nach wie vor ein „Boys Club“. In den Vorstandsetagen von Sony, Universal und Warner Music international sitzen ausschließlich Männer, und nur knapp acht Prozent der beim Verband unabhängiger Musikunternehmen registrierten Firmen werden von Frauen geführt.

Dabei sind laut einer Umfrage von UK Music, einer Organisation, welche die Interessen der kommerziellen britischen Musikindustrie vertritt, sogar 59 Prozent der Berufseinsteiger im Musikbusiness Frauen. Sie machen damit mehr als die Hälfte der Mitarbeiter zwischen 25 und 34 Jahren aus. Unter den älteren Mitarbeitern (ab 45 Jahren) und auf Führungsebene finden sich dagegen kaum Frauen.

Lange Zeit war der übliche und einzige Einstieg von Frauen in die Branche der Job als Promoterin. Hübsche junge Mädchen machten den meist männlichen Pressever-

tretern die Produkte der Musikindustrie schmackhaft. Für hochrangige Jobs wurden Frauen eher nicht in Betracht gezogen. Diese Strukturen ändern sich langsam, sind aber gerade bei den Majors nicht leicht aufzubrechen.

In Interviews geben in der Musikindustrie tätige Frauen überdies immer noch häufig an, mit Sexismus konfrontiert zu sein. Sobald ein Mann mit im Raum sei, werde mit ihm das Geschäftliche besprochen, auch wenn eine Frau alle zu besprechenden Konzepte selbst ausgearbeitet habe. Viele Befragte räumen aber ein, dass ihre Arbeit

auch von etlichen männlichen Kollegen in der Branche geschätzt werde, denen zumeist gar nicht auffalle, dass in den höheren Positionen oder auch z.B. in Musikredaktionen kaum Frauen vertreten sind.

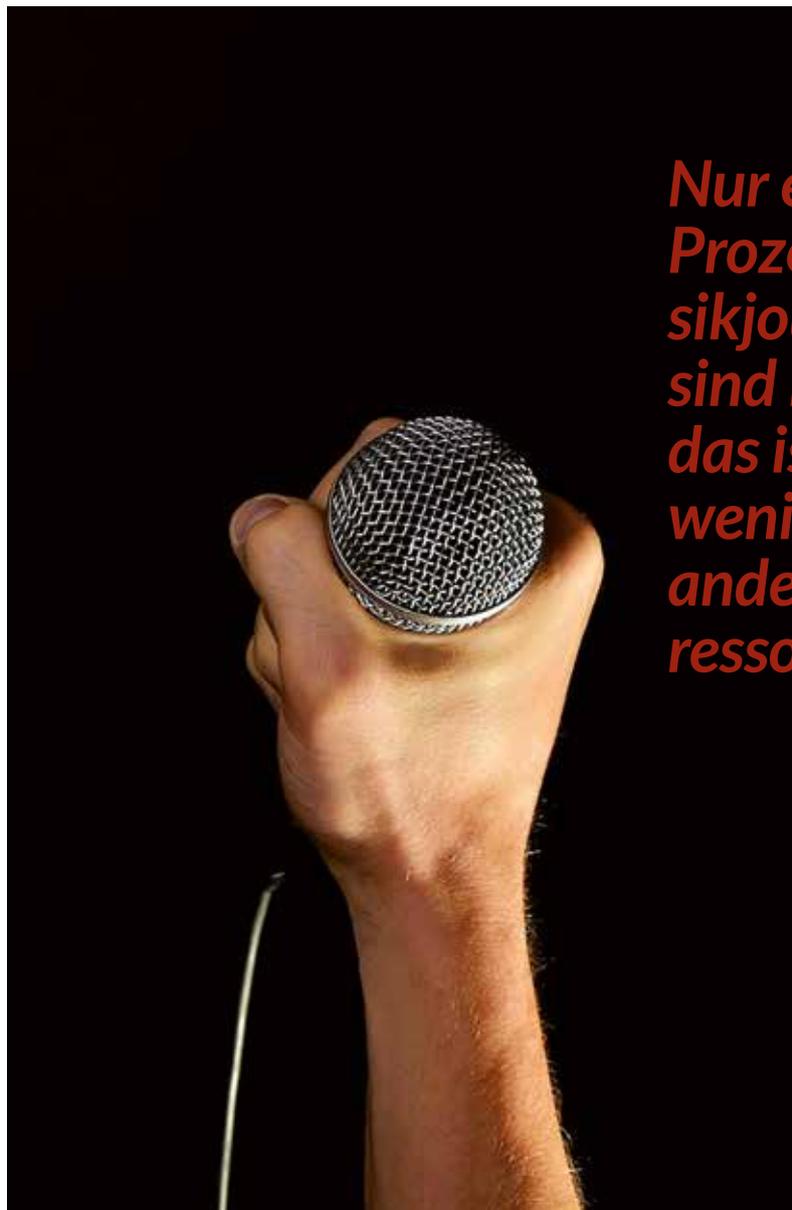
Und wie sieht das Ganze auf Künstlerseite aus? Im Durchschnitt sind unter den Interpreten der Deutschen Single-Charts seit 2000 nur 26 Prozent Frauen. Das ist den meisten gar nicht so bewusst. Auch auf großen Festivals liegt der Anteil weiblicher Interpreten oft bei unter 10 Prozent. Hier fällt auf dass die meisten Künstlerinnen Sängerinnen sind; Instrumentalistinnen sind selten. An den Universitäten studieren zudem mehr Männer Populärmusik als Frauen. Frauen belegen auch da zumeist das Fach Gesang. Ein paar Bassistinnen und Schlagzeugerinnen gibt es, aber selten Gi-

tarristinnen oder Keyboarderinnen. Im Jazz studieren die Frauen meist Gesang und Piano und sind an den anderen Instrumenten seltener vertreten. Welche Gründe kann das haben? Werden Mädchen generell weniger ermutigt, selbst aktiv in einer Band zu spielen oder hinter den Turntables zu stehen, sondern in die Rolle als Muse, Groupie und Fan gedrängt?

Im Schnitt fangen Frauen tatsächlich deutlich später an, in einer Band zu spielen, als Männer. Zwar nehmen sie häufig schon als Kind Musikunterricht, eine klassische Ausbildung ist für den Einstieg in eine Band aber unter Umständen nicht ausreichend. Hier muss man sich von Noten distanzieren, die Musik fühlen, selbst kreativ sein und sich Parts für sein Instrument ausdenken. Alles muss auswendig gespielt werden

– oder es bleiben selbst für exzellente Instrumentalisten nur simple Parts zugunsten der anderen Bandmitglieder übrig (damit zum Beispiel der Gesang besser durchkommt, der mit der Frequenz der Gitarre konkurriert). Für viele Männer ist die Band oft auch ein Rückzugsort von zu Hause (ähnlich wie manche Sportvereine), wo sie unter sich sein können. Sie machen die Band außerdem häufiger zu ihrem Lebensmittelpunkt, während Frauen häufig noch andere Prioritäten, vor allem im sozialen Bereich, setzen.

Auch die für Bands typischen elektronischen Instrumente bringen Herausforderungen mit sich. Da Mädchen in ihrer Sozialisation in der Regel weniger mit Technik herumexperimentieren, liegt bei ihnen unter Umständen die Hemmschwelle im Umgang mit Hightech-Geräten höher;



Nur etwa 20 Prozent der Musikjournalisten sind Frauen – das ist deutlich weniger als in anderen Kulturressorts

sie haben zum Beispiel Angst vor einem Feedback der Verstärker. Außerdem muss man sein Equipment warten und gegebenenfalls auch reparieren können, und nicht nur dafür sind Fachbegriffe unabdinglich. Auf Konzerten muss man sich schließlich mit den Technikern beim Soundcheck und dem Veranstalter im Vorfeld verständigen können. Während Männer sich häufiger für technische Spielereien begeistern, sind Frauen eher desinteressiert. Das kann an ihrer Sozialisation liegen, aber auch daran, dass Männer gern fachsimpeln und Frauen dabei systematisch ausgrenzen.

Die Hürden für eine Frau, ein Instrument in einer Band zu spielen, sind also höher. Am leichtesten haben es noch Bassistinnen. Der Bass ist in einer Pop/Rockband ein eher unbeliebtes Instrument, das man am schlechtesten heraushört. Auch ist der Bassist als Teil der Rhythmusgruppe weniger am Songwriting beteiligt und steht seltener durch Soli im Vordergrund. Das mächtige und laute Schlagzeug sowie die Aufmerksamkeit garantierende Gitarre bleiben jedoch häufig in Männerhand. Frauen wird eben kaum Verständnis für Musik zugebraut, sie sind in erster Linie dazu da, der Band zu huldigen.

Auch die Anzahl weiblicher DJs ist geringer, zudem werden sie weniger ernst genommen. Bekannte It-Girls oder Erotikmodels, die als „DJane“ arbeiten, tragen dazu bei. Bei ihnen läuft in der Regel ein vorproduzierter, fertiger Mix, während die Künstlerin ein paarmal etwas ins Mikro sagt, aber im Grunde keiner DJ-Tätigkeit nachgeht. In anderen Genres, wie dem Dance, sind Frauen ebenfalls meist in der klassischen Besetzung als Sängerin anzutreffen, während ein Mann an den Keys bzw. Turntables steht. Als Produzentinnen oder Komponistinnen wiederum treten Frauen nahezu überhaupt nicht auf.

Selbst hinter den Hits weiblicher Interpreten wie Helene Fischer, Nena oder internationaler Topstars wie Ariana Grande, Beyoncé oder Céline Dion stecken oft Männer. BR Puls hat zusammen mit der GEMA die 100 Songs analysiert, für die Urheber in der Zeit von 2001 bis 2015 die meisten Ausschüttungen durch Radioairplays erhielten.

Ergebnis: Nur rund 11 Prozent der Songs stammen von Frauen.

Dass Frauen überhaupt komponieren und Komposition studieren dürfen, war lange Zeit nicht selbstverständlich; darum gibt es auch wenige historische Vorbilder. Eine Ausnahmeerscheinung wie Clara Schumann durfte nur komponieren, weil sie von ihrem Vater und ihrem Mann sehr gefördert und unterstützt wurde. Fanny Hensel, die Schwester von Felix Mendelssohn, veröffentlichte einige Stücke unter dem Namen ihres Bruders, weil ihre Stücke andernfalls nicht anerkannt worden wären. Bis heute scheinen sich diese Strukturen auszuwirken.

In der Welt der klassischen Musik ist die Hürde für Frauen, ein Instrument zu erlernen, deutlich niedriger. Hier wird wie in der Musikschule nach Noten gespielt, die Mädchen sammeln im gleichen Alter wie die Jungen Erfahrungen am Instrument. Dirigentinnen aber sind bis heute ebenfalls rar gesät.

Alte Strukturen, traditionelle Sozialisation und fehlende Vorbilder bremsen also den Zugang der Frauen in die Musikbranche, möglicherweise leistet aber auch die Berichterstattung über Musik ihren Beitrag: Nur etwa 20 Prozent der Musikjournalisten sind Frauen – das ist deutlich weniger als in anderen Kulturressorts. Vielleicht liegt das daran, dass die Musiknerds, die sich im Internet und auf Messen austauschen in der Regel Männer sind. Einige Frauen veröffentlichen ihre Artikel sogar teils unter männlichem Pseudonym, um insbesondere bei Online-Veröffentlichungen weniger unsachliche Kritik, die primär gegen das Geschlecht der Autorin geht, einstecken zu müssen.

Über weibliche Künstler wird zudem oft anders berichtet als über männliche. Sehr oft wird das Geschlecht selbst zum Thema, gerade wenn die betreffende Künstlerin eine Stilrichtung vertritt, in der es weniger Frauen gibt. Linus Volkmann, der schon lange als Musikjournalist für verschiedene Medien tätig ist, hat das nach der Lektüre einer Kritik über eine Band aus zwei Frauen auf den Punkt gebracht: „Frauenduo – Ganz zentral: Die Frau in der Musik als Abweichung

zu sehen und zu beschreiben. Man stelle sich dagegen mal folgenden Satz vor: Die Pet Shop Boys sind ein Männerduo aus London. Kein Redakteur bei Verstand würde so etwas über den Schreibtisch lassen – außer es handelt sich um ein Frauenduo, dann muss dieser Zoo-Moment natürlich auch gebührend Erwähnung finden.“ Auch das Äußere spielt in Berichten über weibliche Stars eine ungleich größere Rolle: Männern wird fehlende Attraktivität viel eher verziehen bzw. ist einfach nicht relevant, da die Musik im Zentrum der Berichterstattung steht.

Trotz all dieser unübersehbaren Benachteiligungen von Frauen in der Musikbranche gibt es auch Anzeichen eines langsamen Wandels: Gründerinnen neuer Independent-Labels sind häufig Frauen, und eine Gitarristin wie Bibi Mc Gill geht nicht nur mit Beyoncé auf Tour, sondern fungierte gleichzeitig als musikalische Leiterin der Tournee.

Ronja Rabe

QUELLEN:

Maren Volkmann, *Frauen und Popkultur*. 480 Seiten, erschienen im Posth Verlag.

Anette Baldauf, *Lips, Tits, Hits, Power?* 340 Seiten, erschienen bei Folio.

Paula-Irene Villa u.a., *Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht*. 271 Seiten, erschienen bei Springer VS

Eva M. Bolay, *Jazzmusikerinnen. Improvisation als Leben*. 120 Seiten, erschienen bei Furore.

Diverse Quellen im Internet.



HAUPTSACHE „AUTHENTISCH“

YouTuber sind eine neue Marketing-Macht und wichtige Protagonisten für Unternehmen

Die digitale Revolution hat viele Veränderungen in unser Leben gebracht, unsere Nutzungsweise des Internets ist deutlich interaktiver geworden, wir besuchen vermehrt Plattformen im Netz, anstatt analoge Medien wie Radio oder Zeitung in unseren Alltag zu integrieren, um informiert zu bleiben. Diese Neuausrichtung der Partizipationsmöglichkeiten führte gerade in den letzten Jahren zu einem beeindruckenden Trend. Die bisherigen Konsumenten von Videos oder Filmen sind nunmehr in der Lage, selber Inhalte zu produzieren, ohne

namhaft oder berühmt zu sein. Alles was es dafür braucht, ist eine gute Idee, eine Kamera, ein Laptop und die Plattform YouTube.

Die Generation der „Digital Natives“ hat schon früh damit angefangen, sich nach der Schule vor ihre Laptops zu setzen anstatt vor den Fernseher. Fragt man sie nach ihren großen Stars und Vorbildern, schauen die Teenager von heute vermutlich in ahnungslose Gesichter. Dagi Bee, Julien Bam, LeFloïd, Dner oder YTITTI, das sind mögliche Antworten, die man zu hören bekommt.

Alle fallen unter die Top 10 der erfolgreichsten YouTuber Deutschlands und zählen als wichtige „Influencer“. Der Begriff kam mit den neuen Nutzungsweisen des Internets auf und leitet sich von dem englischen Wort „influence“ (beeinflussen) ab. Gemeint ist damit eine Person mit starker Präsenz und hohem Ansehen in mindestens einem sozialen Netzwerk, die auf ihre Fans starken Einfluss nehmen kann. Dieser Einfluss wird von Unternehmen zunehmend für Marketingstrategien gebraucht; das sogenannte Influencer-Marketing ist inzwischen in fast jedem sozialen Netzwerk zu finden. Die Süddeutsche Zeitung beschreibt Influencer als „neue Marketing-Macht“, die das „Kaufverhalten der überwiegend jungen Anhängerschaft beeinflussen kann“.

Doch was macht diese YouTuber so viel erfolgreicher und mächtiger als andere Berühmtheiten, für die unsere Elterngeneration noch schwärmte? Das Stichwort ist Transparenz. YouTuber sehen dies als einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren und als Grundlage für die Beziehungen zu den Abonnenten. Alle Inhalte, die produziert werden, entstehen in einem privaten Rahmen, meist in der eigenen Wohnung, sind direkt an den Konsumenten gerichtet und behandeln persönliche Themen. Das schafft Nähe. Getreu dem Motto „Hey, ich bin doch gar nicht anders als du“ lassen Influencer Abonnenten an ihrem privaten Leben teilhaben und geben Tipps, wie es die beste Freundin nicht besser machen könnte. Sie hören auf ihre Fans und interagieren „authentisch“ mit ihnen. Die Kommunikation mit ihnen ist besonders wichtig, um die enge Beziehung aufrechterhalten zu können. Laut Forbes Magazin fühlen sich 70 Prozent der Teenager unter den YouTube-

Abonnenten ihren YouTube-Stars näher als traditionellen Prominenten. Die starke Beziehung fördert den zunehmenden Kommunikationsdrang mit den Vorbildern, die YouTuber gehen darauf natürlich wieder ein – und so entsteht ein Interaktionskreislauf, den die Fans mitgestalten.

Themen und Probleme, die junge Teenager bewegen, sind der Schlüssel zum Erfolg. Dabei haben YouTuber anscheinend auch verstanden, dass man nahezu alles an die Abonnenten bringen kann. Themen wie erster Sex, Drogenkonsum oder Hautprobleme sorgen nicht nur für viele Klicks, sondern auch für Aufmerksamkeit; es gibt nichts, was sich YouTuber nicht vor die Linse zu bringen trauen. Je abgefahrenere, desto besser – alles für mehr Sichtbarkeit. YouTuber scheinen immer den Nerv der Zeit zu treffen, und ihr Gespür für Trends und Marken zahlt sich auch handfest aus. Denn wenn Fans einem bei persönlichen Themen vertrauen, dann tun sie es auch bei Kaufempfehlungen und Werbung. Unternehmen machen sich dieses Vertrauen und die Reichweite der neuen Werbestars zunutze und kooperieren mit den YouTubern auf so vielen Kanälen wie nur möglich. Dabei setzen sie auf das Prinzip der versteckten Produktplatzierung. Wenn ihr Produkt „authentisch“ und in einem individuellen Kontext in einem Video platziert ist und so gar nicht nach Werbung aussieht, sondern nach einer Empfehlung des angehimmelten Stars, wirken die Botschaften vertrauensvoller.

Auch wenn viele Konsumenten, die nicht der Generation „Digital Natives“ angehören, dieses Marketingkonzept verhöhnen

und den Erfolg anzweifeln, so lässt sich nicht bestreiten, dass zumindest die YouTuber damit erfolgreich sind – die große Geldquelle für sie liegt nicht mehr nur in den Klickzahlen ihrer Videos, sondern auch in den Gagen, die sie für Produktplatzierungen kassieren. Und das betrifft nicht nur die Big Player; auch YouTuber mit geringeren Abonnentenzahlen spielen eine wichtige Rolle. Gerade wenn sie eine spezifische Zielgruppe ansprechen, sind die YouTuber wichtige Protagonisten für Unternehmen.

Für die YouTuber also ein guter Deal, doch was ist mit den Fans? Ist es nicht fahrlässig von Unternehmen und Influencern, ihre Macht auf diese Art und Weise auszunutzen? Oder lassen sich die Digital Natives zu leicht beeinflussen von der „unauffälligen“ Werbung? Die Beiträge sind ja immerhin als Werbung gekennzeichnet und keine Schleichwerbung. Sind sie also moralisch vertretbar? Für YouTuber schon, eine ehrliche Meinung ist ihnen wichtig, und auch nur das werde an die Abonnenten herangetragen, so heißt es zumindest. Ob das glaubwürdig ist, kann nur jeder für sich entscheiden. Jedenfalls führt YouTube im Grund nur die Prinzipien der Werbung fort, so wie wir sie auch aus Zeitung und Fernsehen kennen. Allein die Art und Weise ändert sich. Und bei der „Old school“-Werbung ist auch jedem selber überlassen, wie sehr er sich beeinflussen lässt.

Aber wer weiß, vielleicht sieht die digitale Welt in zehn Jahren ganz anders aus, und wir lachen darüber, wie leichtgläubig wir waren und wie bereitwillig wir Bibi und Co. folgten.

Cora Beckmann



Armin Werner
seit 1955

MUSIKINSTRUMENTE & MEISTERWERKSTATT
Peiner Str. 27 - 30519 Hannover - Tel.: 0511 831014
www.werner-musikinstrumente.de

**Öffnungszeiten: Montag - Freitag 09.00 - 18.00 Uhr
Samstag 09.00 - 13.00 Uhr**



BALLERMANN





JEDEN TAG SONNNTAG

Die Festivalkultur in Deutschland ist fest etabliert und lässt Jahr für Jahr Hunderttausende Menschen zu den Austragungsstätten pilgern. Wenn man nicht das Glück hat ein paar Orte weiter zu wohnen oder kein Auto hat, ist die Anreise allerdings meist ein wahrer Akt. In Hannover wurde dafür in diesem Jahr mit dem ersten SNNTG-Festival eine Lösung gefunden. Seine Mitwirkenden haben genug davon, weite Strecken für ein überteuertes

Festival in Kauf zu nehmen. Als Austragungsstätte dient der Straßenbahnhof in Sehnde, der mit seinem verwinkelten Aufbau und einer Zauberwald-Atmosphäre viel Potential für künstlerische Freiheit bietet. Mehrere Floors bieten den Gästen musikalische Abwechslung und laden zum ausgelassenen Tanz durch die Nacht ein. Wir sprachen mit Vertretern von SNNTG e.V. über die Idee des Festivals und seine Zukunft.

Die Zahl der Festivals in Deutschland steigt jährlich, sie scheinen in Massen aus dem erdigen Festivalboden zu sprießen; auch kleine Festivals versuchen Fuß zu fassen. Diese Veranstaltungsfülle macht es den Neueinsteigern aber nicht leicht, und auch alteingesessenen Festivals fliegen die Besucher nicht mehr einfach so zu. Da muss man sich als Veranstalter schon etwas Besonderes einfallen lassen, außergewöhnliche Deko und ein starkes Line-up reichen heutzutage nicht zwangsläufig aus.

Mit dem SNNTG-Festival hat sich der gleichnamige Verein also etwas Neuartiges ausgedacht – ein Festival, fern von Kommerzialisierung, das Hannovers Szene miteinander vernetzt und gerade jungen regionalen Künstlern und Künstlerinnen Auftrittsmöglichkeiten vor einem größeren Publikum bietet. Die Veranstalter sprechen damit ein Problem an, mit dem Hannover schon lange zu kämpfen hat: „Es ist einfach zu wenig bekannt, dass Hannover eine aktive Musikstadt ist und viel mehr zu bieten hat!“, sagt Arne. „Oft wird vergessen, wie viele gute Künstler Hannover vorweisen kann, da leider zu wenig Auftrittsmöglichkeiten vorhanden sind.“

Bei dem breitgefächerten Programm bietet SNNTG mit Elektro, Soul, Funk, HipHop, Rock oder Indie für jeden etwas. Aber auch Kunst, Lesungen und Spiel haben ihren festen Platz im Programm. Angefangen haben die Veranstalter bereits

mit kleinen Outdoor-Raves und Partys im hannoverschen Kulturzentrum Faust. Die Partys wuchsen sehr schnell, besonders die ausgefallene Deko und Highlights wie unangekündigte Liveacts machten die SNNTG-Partys zu einem beliebten Ausgehziel. Ein Festival zu veranstalten hatte der junge Verein dabei von Anfang an im Hinterkopf. Alle Mitwirkende hängen an Hannover als Stadt zum Studieren, Leben und Feiern. Das SNNTG Festival ist also ein Festival für Hannover und alle, die Hannover wertschätzen. Es soll vor allem jungen Interpreten aus dieser Stadt eine Möglichkeit bieten, sich frei zu entfalten und ihre Musik vor Publikum zu präsentieren. Hannover ist immerhin UNESCO City of Music, hat eine renommierte Musikhochschule und eine ausgeprägte Szene.

Wie auch die Partys, ist das Festival komplett unkommerziell, alle Einnahmen fließen in die Veranstaltung selbst, und alle Mitwirkenden arbeiten ausnahmslos ehrenamtlich. Das liegt laut Alex vor allem am „eigenen Idealismus, gepaart mit Naivität“. Gewinn soll das Festival auch in Zukunft nicht abwerfen: „Es ist absolut nicht das Ziel, damit Geld zu verdienen“, sagt Arne, „in der Größenordnung ist das ohnehin ganz schwierig.“ „Ich halte das auch für utopisch“, so Alex. SNNTG e.V. verfolge auch ein ganz anderes Ziel. „Hannovers Szene kommt zu selten zusammen“, sagt Arne. Die Studierenden der zahlreichen Hochschulen lebten an den unterschiedlichen Standor-

ten nebeneinander her und seien schlecht vernetzt. Im Verein aber kämen die unterschiedlichsten Fachbereiche zusammen, lernten einander kennen, arbeiteten zusammen und vernetzten sich.

Langfristiges Ziel und Traumvorstellung der Veranstalter ist es, eine dauerhafte Zusammenarbeit mit der Universität und den Hochschulen aufzubauen. Ein Paradebeispiel für diese Idee gibt es schon, und es funktioniert seit Jahren: das Lunatic Festival in Lüneburg, das in einem Universitätskurs organisiert und geplant wird. Auch beim diesjährigen SNNTG-Festival hatten hochschulinterne Bands, die mit einem uniinternen Ausschreibeverfahren ausgewählt worden waren, eine eigene Bühne.

Da das bunt gemischte Team des Vereins hauptsächlich aus Studierenden besteht, wäre es natürlich ideal, wenn das Projekt von jüngeren Semestern weitergetragen werden könnte. Denkbar ist ferner, nicht nur Hochschulen, sondern auch Lehrbetriebe einzubeziehen. Gerade für den Bühnenbau und andere handwerkliche Arbeiten würden so weitere Leute gewonnen und miteinander vernetzt. Die Veranstalter sehen dies als einzige Möglichkeit, das Projekt langfristig am Leben zu erhalten. Denn so sehr ihnen das SNNTG-Festival und Hannover am Herzen liegen – man weiß ja doch nie, wo es einen in der Zukunft hinzieht.

Cora Beckmann

Im Verein kommen die unterschiedlichsten Fachbereiche zusammen, lernen einander kennen, arbeiten zusammen und vernetzen sich.





AUTHENTISCH? ECHT??



Jeder von uns ist schon mal über den Begriff „Authentizität“ im Zusammenhang mit Musik gestolpert. Sei es bei einem Konzert, wenn in einem Gespräch zwischen Besuchern ehrfürchtig die Worte „so authentisch“ fallen, oder in einer Plattenkritik. Aber was ist damit eigentlich gemeint? Was macht eine Künstlerin oder einen Künstler und deren Musik „authen-

tisch“? Und kann performative Kunst, also zum Beispiel Musik, die auf einer Bühne vor Publikum inszeniert wird, überhaupt authentisch sein?

Der Begriff Authentizität stammt von dem griechischen Wort „authentikós“ ab, das aus zwei Teilen zusammengesetzt ist. Der erste, „autós“, bedeutet „selbst“ oder „eigen“. Während die genaue Bedeutung

des zweiten Teils umstritten ist, kann das Kompositum mit „zum Urheber in Beziehung stehend“ gedeutet werden. Einige der im Duden vorgeschlagenen Synonyme für Authentizität sind „Glaubwürdigkeit“ und „Echtheit“. Auf Musik bezogen hat Authentizität also etwas damit zu tun, ob und wie sich Musiker selbst glaubwürdig darstellen. Allerdings gibt es hier Interpretationsspielraum. Jennifer O. Bickerdike, Autorin von

„Fandom, Image and Authenticity“ wie auch Hugh Barker und Yuval Taylor („Faking It: The Quest for Authenticity in Popular Music“) schreiben in ihren Büchern, ob in der Popkultur etwas als authentisch empfunden werde, hänge oft davon ab, was das Publikum für unecht oder unauthentisch halte. Jeder von uns hat also eine individuelle Vorstellung von Authentizität, je nachdem, was für uns „Falschheit“ ausmacht.

Allerdings gibt es trotzdem Künstler, deren Authentizität in der Musikbranche weitgehend als unumstritten gilt. Wer mit Nirvanas MTV-Konzert „Unplugged in New York“ bekannt ist und vor Augen (oder Ohren) hat, wie Kurt Cobain Textzeilen wie „I got so high that I scratched 'til I bled“ (aus „On A Plain“) oder „I'm not like them, but I can pretend“ (aus „Dumb“) mit rauer Stimme an das Publikum richtet, würde diese Darbietung wahrscheinlich als authentisch bezeichnen. Es ist offensichtlich, dass sich viele seiner Lieder mit seiner Drogenabhängigkeit, seinen chronischen Gesundheitsproblemen und Depressionen beschäftigen, und diese Offenheit machte Cobain für viele Fans glaubwürdig. Er machte keinen Hehl aus seinen persönlichen Abgründen, was in das romantisierende Bild vom Künstler als missverstandene, gequälte Seele passt, die ihr Leiden durch Musik ausdrückt.

Empfundene Glaubwürdigkeit durch Transparenz und Inszenierung des aufgewählten Privatlebens ist auch im Fall von Elliott Smith zu beobachten, der seine schweren Depressionen in seiner Musik thematisierte, bis er sich (vermutlich) selbst zweimal ins Herz stach und starb. Ein weiteres, noch lebendes Beispiel ist Daniel Johnston, dessen Musik stark von seiner Schizophrenie und bipolaren Psychose geprägt ist.

Cobain und Smith drückten durch ihre Musik Frustrationen, innere Kämpfe und Isolation aus, legten ihre Probleme und Gefühle für alle offen, in Texten, die extrem persönlich und ehrlich erscheinen. Man bekommt den Eindruck, dass sie ihre Textzeilen nicht nur fühlten, sondern auch tatsächlich lebten. Dieses Image und diese Inszenierung des Außenseiter-Seins findet

sich nicht nur in den Pressefotos der beiden wieder, sondern wurde auch durch ihren tragischen Tod in das Gedächtnis der Hinterbliebenen – anderer Künstlerinnen und Künstler sowie Fans – gebrannt. Persönliche Probleme zu bekennen, die ihren traurigen Höhepunkt im Suizid finden – genau das ist es laut Bickerdike, was Künstler für Außenstehende als glaubwürdig und authentisch erscheinen lässt. Durch den Tod, besonders wenn er sie, wie in Cobains Fall, in den „Club 27“ befördert, wird bestimmten Künstlern sogar ewige Authentizität zugesprochen, selbst wenn die Realität zu Lebzeiten ganz anders aussah – so neigte Cobain durchaus dazu, seine persönlichen Geschichten auszuschmücken, und lebte im ständigen Zwiespalt zwischen seiner antikapitalistischen Haltung und seinem Wunsch nach Erfolg.

Für uns als Fans ist es einfach, Authentizität zu verlangen, zu fordern, dass Künstlerinnen und Künstler mehr als bloße Unterhalter sind und uns echte, ungefilterte Einblicke in ihr Leben gewähren. Durch das Tragen von T-Shirts mit den Namen gewisser Bands oder Künstler können wir

an deren empfundener Glaubwürdigkeit ein klein wenig teilhaben und uns selbst als authentisch präsentieren. Allerdings haben diese Ansprüche von Fans einen problematischen Effekt: Um der Forderung nach Echtheit gerecht zu werden, kommt es durchaus vor, dass Künstler nur deshalb etwas darbieten, weil es den Vorstellungen der Fans entspricht und von ihnen als authentisch aufgefasst wird, aber dem wahren Selbst der Künstler überhaupt nicht entspricht. Oder dass eine Botschaft vom Künstler an das Publikum anders gemeint war, als sie verstanden wird, wodurch eine Art falsche Authentizität entsteht.

Da stellt sich die Frage, ist diese Suche nach authentischer Musik, authentischen Künstlerinnen und Künstlern je erfolgreich? Außerdem – wollen wir das wirklich? Wollen wir uns wirklich mit der lähmenden Gleichgültigkeit, den Suizidgedanken und dem Selbsthass auseinandersetzen, die psychische Krankheiten wie Depressionen mit sich bringen und die Cobain und Smith plagten? Oder gefällt uns nur die Idee der tragischen, bewusst unglamourösen Authentizität solcher Künstler?

Barker und Taylor sind sich einig, dass jede Performance in gewissem Maße „falsch“ ist, dass kein Auftritt je wirklich authentisch sein kann. Auch der Linguist Nikolas Coupland ist der Meinung, dass künstlerische Darbietungen unterschiedlich intensiv inszeniert und durchgeplant seien, ein kreativer Gestaltungsprozess, an den das Publikum unterschiedliche Erwartungen stellt. Oft sind sich Künstler dieser Erwartungen bewusst, und ihre Performance ist eine kalkulierte, also unauthentische Reaktion darauf, um dem Anspruch der Authentizität gerecht zu werden. Der Philosoph Jacob Golomb stellt so auch die grundsätzliche Frage, ob es überhaupt eine gute Idee sei, das Konzept der Authentizität, das ja ursprünglich Dinge wie Dokumente oder Kunstwerke als ungefälscht beschrieb, auf Menschen anzuwenden. Denn wer ist der Prototyp der Authentizität, und wie kann man diese wirklich messen? Und wer ist in einer Position, die Authentizität anderer zu bestimmen und bewerten?

Johanna Andres

LITERATUR ZUM THEMA

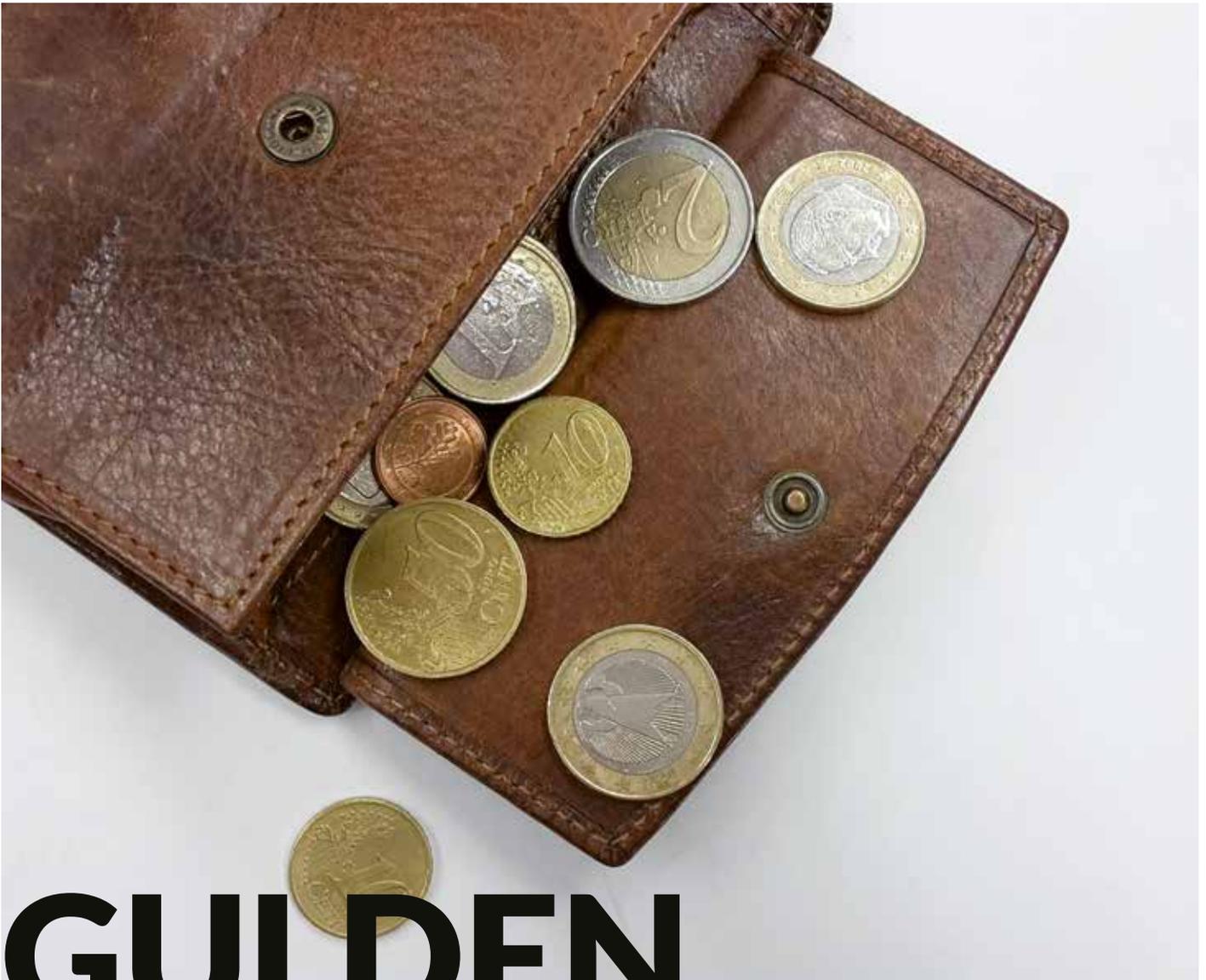
Barker, H., & Taylor, Y. (2007). *Faking It: The Quest for Authenticity in Popular Music*. New York: W.W. Norton&Company.

Bickerdike, J. O. (2014). *Fandom, Image and Authenticity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Golomb, J. (1995). *In Search of Authenticity: Existentialism from Kierkegaard to Camus*. London: Routledge.

Lacoste, V., Leimgruber, J., & Breyer, T. (2014). *Indexing authenticity: Sociolinguistic Perspectives*. Berlin: De Gruyter.

Strong, C. (2011). *Grunge: Music and Memory*. Farnham: Ashgate Publishing.



GULDEN, GROSCHEN, GIROKONTO

Unser Geld nahm über die Jahrhunderte eine erstaunliche Entwicklung –
und blieb doch im Wesentlichen gleich

Bing. Piep. Tippel. Ratsch. Katsching. Klimper, klimper. Im Umgang mit Geld kommt es zu verschiedensten Geräuschen. Doch was ist Geld eigentlich? Und woher kommt es? Sicher denken Sie jetzt an Kassen, Scheine oder Münzen. Doch das ist nur ein Teil der richtigen Antwort. Im Allgemeinen ist Geld nämlich alles, was eben als Geld oder Zahlungsmittel genutzt wird. Und das waren im Laufe unserer Kulturgeschichte ganz unterschiedliche Dinge: Lebensmittel, wie die asiatischen Teeziegel, Waffen, Schmuck, Kleidung oder verderbliche Waren wie Getreide oder Vieh, Metallklumpen, Münzen, Papierfetzen oder Plastikkarten und heute digitale Daten.

Es ist eine erstaunliche und spannende Entwicklung, die Geld über Jahrhunderte hinweg genommen hat. Im Wesentlichen aber ist es unverändert geblieben, seit Geld keinen eigenen Materialwert mehr hat, es sich also nicht mehr lohnt, es zum Beispiel zu Silber einzuschmelzen, um es zu tauschen oder zu verkaufen. Geld beruht auf Vertrauen. Das kann man auf den Seiten der Deutschen Bundesbank nachlesen. Wir vertrauen darauf, dass der Papierschein oder die digitale Ziffer, die wir gestern angenommen haben, auch morgen noch von jemand anderem angenommen wird. Dieses Vertrauen impliziert also auch immer ein Vertrauen in die dahinterstehenden Institutionen, wie Zentralbank, Regierung, Geschäftsbanken usw. Der Soziologe Georg Simmel hat schon 1900 in seiner „Philosophie des Geldes“ erkannt, dass Geld vielleicht die konzentrierteste und zugespitzteste Form des Vertrauens auf unsere staatlich-gesellschaftliche Ordnung ist.

Diese Art des Vertrauens musste sich erst formen, über lange Jahrtausende hinweg und quer durch die ganze Welt. Es mag für uns heute befremdlich klingen, doch das erfolgreichste und am weitesten verbreitete Zahlungsmittel der Weltgeschichte sind Schnecken! Genauer gesagt: Kaurischnecken. Schon im 2. Jahrtausend v. Chr. wurden sie im alten China benutzt. Die Schneckenhäuser sind handlich, stabil und nahezu fälschungssicher, was sie zum idealen Zahlungsmittel macht. So ideal, dass eine niederländische Expedition noch 1960, also fast 4000 Jahre später, in Neugu-

inea Kaurischnecken auftreiben musste, weil sich die Einheimischen dort weigerten, ein anderes Zahlungsmittel anzunehmen.

Bis nach Europa oder Kleinasien schafften es die Schnecken aber nicht. Zu jener Zeit wurde dort mit Naturalien wie Vieh, Getreide, Metall oder mit Arbeit als Gegenleistung bezahlt. Das war umständlich, denn man musste oft zu einer Art Zwischenhändler gehen, der dann prüfte, wie wertvoll etwas war. Bei zum Beispiel drei Kühen und 20 Kilo Weizen war das alles andere als leicht. Die ersten Münzen aus dem Königreich Lydien im 7. Jahrhundert v. Chr., auf dem Gebiet der heutigen Türkei, machten es da schon einfacher. Man musste das Metallstück nicht mehr abwägen, sondern konnte an Größe oder Bild sofort erkennen, wie wertvoll es war.

Das war ziemlich praktisch, zumindest wenn es alle akzeptierten. So eine Münze zeichnete sich dadurch aus, dass ein Herrscher oder eine Person für ihren Wert garantierte. Jemand, der absicherte, dass man für diese Münze ein entsprechendes Äquivalent bekommt. Dieses Vertrauen war zusätzlich durch den Metallwert der Münze untermauert; meist bestand sie aus Gold, Silber oder Kupfer. Mit dem Ende des Römischen Reiches endete diese antike Münzära. Zwar gab es im Mittelalter hier und da noch vereinzelt Münzsysteme in Europa, aber im Großen und Ganzen wurde das Bezahlen in den folgenden Jahrhunderten wieder mühsam und aufwendig. Es bedurfte erst wieder eines erneuten Übergangs von der Naturalwirtschaft zur Geldwirtschaft, wie Michael North, Professor für Geschichte an der Universität Greifswald, in seinem Buch „Kleine Geschichte des Geldes“ schreibt.

Dieser Übergang begann zunächst im Italien des 12. Jahrhunderts. Es gründeten sich Städte, und Arbeitsteilung etablierte sich zwischen Stadt und Land. In den Städten wurden vor allem handwerkliche Produkte hergestellt, auf dem Land produzierte man Nahrung. Wollte ein Bauer in der Stadt nun aber zum Beispiel einen Pflug oder Schuhe haben, verlangte der Schmied oder Schuster dafür Münzgeld. Alles andere wäre ziemlich unpraktisch gewesen, nicht nur für den Schuster, sondern auch für den

Bauern, der die 20 Kilo Weizen erst in die Stadt hätte schleppen müssen. In Oberitalien kursierten deshalb bald die „Denare“ oder der „Grosso“, der bei uns später Groschen hieß.

Auch der Fernhandel blühte auf. Auf den Märkten in der Stadt gab es Luxusgüter wie Seide, Ziegenleder, Safran oder Pfeffer. Deswegen wollten nun auch die Gutsbesitzer bald Münzen haben, denn fahrende Händler tauschten ebenfalls nicht gegen Getreide. Was sollten sie auch auf ihren Reisen damit anfangen? Die Gutsherren begannen deshalb von den Bauern, die ihre Ländereien bestellen, Geld zu fordern, anstatt wie bisher einen Teil des Getreides. Folglich mussten die Bauern ihre Erzeugnisse in der Stadt verkaufen, um an Münzen zu kommen.

In den folgenden Jahrhunderten breitete sich das Bezahlen mit Münzen immer weiter in Europa aus. Erst in den Städten, dann auch auf dem Land. Die deutsche Kleinstaaterei im Mittelalter brachte viele verschiedene Münzen hervor. Herzöge, Könige, Bischöfe, Stadtoberhäupter – wer etwas auf sich hielt, ließ sein Antlitz auf eine Münze prägen. Es kursierten Taler, Groschen, Kreuzer, Pfennige oder der Rheinische Gulden, der im ausgehenden Mittelalter





schließlich zu einer Art Leitmünze für ganz Westeuropa wurde.

In Italien zeichnete sich zu dieser Zeit bereits die nächste Innovation ab. Im Laufe des 14. Jahrhunderts entwickelte sich hier der bargeldlose Zahlungsverkehr als Folge des stark expandierenden Handels. Waren wurden von den Nordseehäfen nach Italien gebracht und weitertransportiert zu den Märkten im Nahen Osten. Münzen auf solche langen Reisen mitzunehmen war umständlich und wegen möglicher Überfälle auch ziemlich riskant. Oft reisten die Kaufleute auch gar nicht mehr selbst, sondern überließen den Handel ihren Vertretern vor Ort. Laut Michael North waren diese Agenten von enormer Wichtigkeit. Sie

kauften und verkauften Waren in Hamburg, obwohl der Kaufmann, den sie vertraten, in seinem Kontor im fernen Florenz oder Venedig saß. Das System wurde damit abstrakter, und man brauchte eine Art Buchführung. Um den Überblick zu behalten, schrieben die Händler jede Transaktion in ein Buch. Zentral war dabei die Rolle des Geldwechslers. Er kannte nicht nur alle gängigen Münzen, sondern konnte auch die gefälschten aussortieren. Außerdem notierte er ausstehende Zahlungen, verrechnete Summen untereinander und gewährte hier und da mal einen Überziehungskredit. Er führte damit für die Händler ein laufendes „Konto“ (was auf Italienisch so viel wie Rechnung bedeutet), das ähnlich unserem heutigen Girokonto funktionierte.

Münzen, Buchgeld, Girokonto. Nach unserem heutigen Verständnis fehlen nur noch die Banknoten. Hier einen Beginn auszumachen ist gar nicht so einfach. Denn Geld in Form von Scheinen oder Papier gab es im Laufe der Geschichte immer mal wieder. Zum Beispiel in China ab dem 10. Jahrhundert, in Spanien im 15. oder in Schweden im 17. Jahrhundert. Allerdings gelang es nie, die Geldscheine als dauerhaftes Zahlungsmittel zu etablieren. Entweder mangelte es den Bürgern an Vertrauen in Papiergeld, oder die Herrscher ließen so viele Geldscheine drucken, dass sie massenhaft im Umlauf waren. Beides führte dazu, dass niemand mehr das Papier gegen etwas Wertvolles eintauschen wollte. Dauerhaftes Vertrauen in den Wert von Banknoten zu schaffen gelang erst der Bank of England Ende des 17. Jahrhunderts. Wegen des Krieges mit Kontinentaleuropa brauchte die englische Regierung so dringend Geld, dass sie es von den Bürgern ihres Landes einsammelte. Im Gegenzug bekamen diese Anteilsscheine, mit denen sie auch bezahlen konnten. Die Bank garantierte die jederzeitige Auszahlung einer bestimmten Summe auf solch einen Schein, und so entstand nach und nach ein Banknotenkreislauf. Im „Bank of England Act“ 1833 wurden diese Noten schließlich zum gesetzlichen Zahlungsmittel erklärt, sodass jeder sie annehmen musste.

Wer größere Summen zahlen will, zückt heute ganz selbstverständlich Geldscheine

oder eine Kreditkarte. Die ersten Formen von Kreditkarten stammen aus den USA und wurden dort Ende des 19. Jahrhunderts von einigen Hotels an ihre Stammgäste verteilt. Mit so einer Karte konnten ausgewählte vertrauenswürdige Stammgäste die Hotels auch ohne Bargeld nutzen. Sie bekamen quasi Kredit und beglichen die Rechnung später. Um 1950 entstanden in den USA die ersten Universalkreditkarten, mit denen die Inhaber in verschiedenen teilnehmenden Geschäften bezahlen konnten. Auch nach Deutschland kamen die ersten Kreditkarten bald, wobei sich hierzulande eher sogenannte Debitkarten, wie zum Beispiel die viel genutzte EC-Karte, durchgesetzt haben. Debitkarten gewähren dem Nutzer keinen Kredit, sondern das Geld wird direkt von seinem Girokonto abgebucht. Ob Debit oder Kredit, das spielt oft keine große Rolle mehr. Bargeldlos und virtuell sind beide Varianten.

Bing. Piep. Tippel. Ab und zu blinkt oder piept es noch, ansonsten läuft der Geldtransfer für uns heute unsichtbar. Es gibt zahlreiche digitale virtuelle Zahlungssysteme wie Bitcoin, Ether oder Ripple. Gerade im Hinblick auf Vertrauen in diese Kryptowährungen, bei denen man nicht mal mehr eine Plastikkarte in der Hand hält, bleibt es spannend, wie sich die Zukunft des Geldes weiterentwickeln wird.

Roland Kolb

QUELLEN:

Michael North, *Kleine Geschichte des Geldes. Vom Mittelalter bis heute*. 255 Seiten, erschienen bei C.H. Beck.

Georg Simmel, *Philosophie des Geldes*. 787 Seiten, erschienen in der Simmel-Gesamtausgabe bei Suhrkamp.

Für noch mehr Informationen:

Christoph Asmuth u. a., *Texte zur Theorie des Geldes*. 192 Seiten, erschienen bei Reclam.

FÜNF SONGS

MONEY, MONEY, MONEY

Das Thema Geld ist in unserer Gesellschaft allgegenwärtig: Wer hat keins, wer hat viel (und wenn ja, wie viel), wo kommt es her, und wofür wird es wieder ausgegeben? Da kommen Songtexter nicht umhin, die Geldfrage in der Musik aufzugreifen. Als Erstes denkt man an dieser Stelle vielleicht an ABBA oder Pink Floyd, aber Lieder, die sich auch auf subtilere Weise mit der Geldthematik auseinandersetzen, sind zahlreich, und die hier vorgestellten fünf Songs nur eine kleine Auswahl davon.

NINA SIMONE

Ain't Got No (I Got Life)

1968

„I ain't got no home, ain't got no shoes/Ain't got no money, ain't got no class.“ Im ersten Teil dieses Liedes besingt Miss Simone all die Dinge, die sie nicht hat: kein Zuhause, keine Schuhe, keine Klamotten, kein Parfüm. Kurz, all die Dinge, die sie sich kaufen könnte – wenn sie denn nur Geld hätte. Auch Freunde, Familie, Liebe oder einen Gott hat sie nicht, eigentlich steht sie mit gar nichts da und fragt sich: „What have I got nobody can take away?“ Hier schwingt das Lied um, Nina Simone spricht Geld jegliche Bedeutung ab und zelebriert all das, was Geld nicht kaufen und ihr niemand nehmen kann: ihren Körper, ihr Leben, ihre Freiheit.

THE SMITHS

Paint A Vulgar Picture

1987

„And oh, the sickening greed“, beklagt Morrissey in „Paint A Vulgar Picture“ die Geldgier der Plattenindustrie. Der Song kritisiert, wie die Branche mit einem To-

Kendrick Lamar, Morrissey (The Smiths), Udo Lindenberg, Beyoncé und Nina Simone (im Uhrzeigersinn, v. o. l.)



desfall unter Musikern umgeht, wie er zu einem kommerzialisierten Spektakel wird. Mit limitierten Editionen und Neuauflagen sämtlicher Werke wollen Plattenfirmen dann nämlich den Fans das Geld aus der Tasche zu ziehen. „Paint A Vulgar Picture“ bringt auf den Punkt, wie die Trauer der Hinterbliebenen und die nun endgültige Unerreichbarkeit eines Stars aus reiner Profitgier ausgebeutet werden.

UDO LINDBENBERG

Club der Millionäre

1991

Wie der Titel schon ahnen lässt, geht es in diesem Lied um die Elite der Superreichen. Udo Lindenberg lamentiert, dass es nur vier Möglichkeiten gibt, in diesen Club der Millionäre hineinzukommen, und zwar müsste man Erfinder, Schwerverbrecher, Erbschleicher oder einfach nur ein Glückspilz im Lotto sein. Damit stünden einem alle Türen offen, und man könne dem Elite-Leben fröhnen: exklusive Parties im Ritz, Champagner ohne Ende, schöne Frauen, die sich im Bett räkeln. In der Theorie klingt das für Lindenberg ganz gut, aber letztlich zweifelt er doch, ob Geld allein ihn glücklich machen würde, und grübelt: „Finden die Mädels wirklich mich oder meine Kohle nett?“

KENDRICK LAMAR

How Much A Dollar Cost?

2015

Laut Kendrick Lamar beruht dieser Song auf einer wahren Begebenheit, die ihm

selbst widerfahren ist. Es dreht sich um eine Begegnung zwischen ihm und einem Obdachlosen, der ihn um einen Dollar bittet. Lamar ist davon überzeugt, dass das Geld für Drogen draufgehen werde, und weigert sich deshalb. Die Situation spitzt sich zu – alles nur wegen eines einzigen Dollars. Schließlich wird Lamar klar, dass es nicht wirklich nur um das Geld, sondern um die Geste an sich geht; es ist Gott, der durch den Obdachlosen spricht und ihm sagt: „I'll tell you just how much a dollar cost. The price of having a spot in Heaven, embrace your loss, I am God.“

BEYONCÉ FEAT. THE WEEKND

6 Inch

2016

„She works for the money from the start to the finish/She's worth every dollar and she's worth every minute.“ Obwohl es nie explizit ausgesprochen wird, scheint „6 Inch“ von einer Stripperin zu handeln, die sieben Nächte die Woche in einem Club tanzt, mit der einzigen Absicht, sich Geld und Macht zu verschaffen. Sie verausgabt sich vollkommen, es macht ihr aber nichts aus, da es sich für sie im wahrsten Sinne des Wortes auszahlt. Dieser Song könnte als Ode an alle Frauen verstanden werden, die sich Erfolg und Reichtum auf welche Weise auch immer hart erarbeiten.

Johanna Andres

SCHLUSS MIT



UMSONST

Spotify passt seine Nutzungsmodelle für Musikstreaming an

Spotify bietet bisher zwei unterschiedliche Nutzungsmodelle an: ein kostenloses Streamingangebot mit Werbespots zwischen den Songs („Freemium“) und einen Premium-Account für knapp 10 Euro monatlich – ohne Werbeunterbrechungen. In einer Presseerklärung zur Zusammenarbeit mit der Universal Music Group erwähnte Spotify im Frühjahr in einem Nebensatz, dass es diese Modelle nun verändern will. Wer sich weiter für das kostenlose Angebot entscheidet, kann auf neue Alben erst zwei Wochen nach dem Erscheinungsdatum zugreifen. Premiumnutzer haben hingegen sofort vollen Zugriff. Was es mit diesem Schritt auf sich hat, auf welche weiteren Maßnahmen sich Nutzer des Freemium-Accounts noch einstellen dürfen und welche Auswirkungen das auf Musikschaffende hat, erklärt Peter Tschmuck, Professor am Institut für Kulturmanagement der Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien, im Gespräch mit dem „Saitensprung“.

Durch einen neu ausgehandelten Vertrag mit Universal Music hat sich Spotify entschieden, neue Alben im kostenlosen Streamingmodell erst zwei Wochen nach Release-Datum zu veröffentlichen. Will man so dem Hörer das Premiumangebot schmackhafter machen, oder was steckt genau hinter diesem Schritt?

Peter Tschmuck: Spotify musste dem Druck der Majors nachgeben, um das Freemium-Modell weniger attraktiv zu machen, damit mehr Nutzer ins Premium-Abo wechseln. Im Gegenzug sind die Majors Spotify bei den Lizenzbedingungen entgegengekommen.

Werden weitere Maßnahmen folgen, die die Unterschiede beider Nutzungsmodelle noch offensichtlicher werden lassen, oder schwebt Spotify am Ende gar das Aus des kostenlosen Musikstreamings vor?

Spotify selbst möchte natürlich am Freemium-Modell festhalten. Aber die Majors sitzen am längeren Hebel. Sie können nicht nur über die Lizenzbedingungen Druck auf Spotify ausüben, sondern sind zudem Mit-eigentümer am Unternehmen. Sollte der für

dieses Jahr geplante Börsengang von Spotify nicht erfolgreich sein, dann ist das wohl das Aus für das Freemium-Modell.

Was genau kommt mit einem Börsengang auf Spotify zu, und wie sind dabei die aktuellen Änderungen im Vertrag mit Universal zu bewerten?

Spotify muss 2017 einen immer teurer werdenden Kredit tilgen und braucht dazu frisches Kapital. Sollte der Börsengang scheitern, dann schlittert Spotify bei weiter gestiegenen Verlusten – 2016 waren es 600 Millionen Euro – in eine finanzielle Krise. Allerdings wird Spotify keine echte IPO (also eine erste, öffentliche Ausgabe von Wertpapieren) riskieren, sondern lediglich seine Aktien an der New Yorker Börse registrieren, damit es nicht von den Investoren für die schlechte wirtschaftliche Bilanz abgestraft wird.

Bisher war Spotify (neben Amazon, Deezer, Apple oder Google Music) einer der wenigen Anbieter eines kostenlosen Streamingangebots. Gehen dadurch nicht eine Art Alleinstellungsmerkmal und auch Nutzer verloren? Viele Hörer kommen ja aus einer Generation, in der für Musik nicht unbedingt bezahlt wurde.

Das Freemium-Modell hat Spotify zweifellos gewaltigen Zuwächse beschert, und es ist auch gelungen, viele der Gratis-Nutzer ins Premium-Abo zu ziehen. Sollten nun auch die letzten verbliebenen Freemium-Anbieter ihr Gratismodell einstellen, dann werden zahlungsunwillige Nutzer sich wieder vermehrt unlicenzierten und somit unautorisierten Angeboten zuwenden.

Welche direkten Auswirkungen hat dieser neu ausgehandelte Vertrag auf Musikschaffende?

Auf die Musikschaffenden hat der neue Vertrag wohl kaum Auswirkungen, weil sie ihre Tantiemen aufgrund der Verträge mit den Majors erhalten.

Ist der schlechte Ruf von Spotify, den Künstlern zu wenig zu zahlen, also nicht gerechtfertigt? Sollten die Abgaben an die Künstler erhöht werden, oder spielen dort andere Faktoren eine Rolle?

Analysen zeigen, dass Spotify zu jenen Streaminganbietern zählt, die am wenig-

sten pro Stream an die Musikschaffenden ausschütten. Aber Spotify ist kein direkter Vertragspartner der Künstler und ist daher auch nicht direkt für die Auszahlungen verantwortlich zu machen. Das muss schon auf der Vertragsebene mit den Labels und Verlagen geregelt werden.

Einige Künstler, z.B. Taylor Swift oder Element of Crime, sind ja bewusst nicht auf Spotify dabei. Wie ist diese Entscheidung einzuordnen?

Da Musikstreaming für die Superstars (noch) eine zu vernachlässigende Einnahmenquelle darstellt, können Taylor Swift & Co. öffentlichkeitswirksam Spotify boykottieren. Dieser Boykott kann daher auch als Marketing-Gag interpretiert werden, um Aufmerksamkeit zu generieren.

Das Gespräch führte Jonas Traut



EINHEITSBREI O D E R ALLERLEI?

Globalisierung kann die musikalische Vielfalt bedrohen,
eröffnet aber auch neue Chancen

Polka in China, Jazz in Hannover und Tango Argentino in Finnland kommen Ihnen spanisch vor? Das Didgeridoo in der Fußgängerzone, die Blasmusik auf Kreta und exotische Beats auf dem Dancefloor klingen für Sie alltäglich? Manche sind begeistert, andere darüber traurig, dass scheinbar überall nur noch das Gleiche zu hören ist. Musika-

lische Globalisierung gibt es, seitdem es die Welt gibt. Doch was bewirkt sie und was macht sie mit den einzelnen Kulturen? Und warum scheint die westliche Musikkultur so übermächtig zu sein?

Wir leben in Europa, sind geboren in Mittelfranken und studieren in Hannover,

hören Musik aus Amerika, tragen Kleidung oder nutzen Technik aus Asien und essen Reis aus Afrika, während wir mit Bekannten aus Australien telefonieren. Genau das ist sie, die Globalisierung in unserem Alltag. Nicht zwangsläufig macht sich heute jeder über ihren kulturellen Einfluss und die möglichen Folgen Gedanken. Doch hat die ständige Konfrontation mit ihr zumindest

ein Bewusstsein für globale Zusammenhänge in jeglicher Form geschaffen.

Musik war schon immer eine Kunstform, die politische und sprachliche Barrieren überschreiten kann. Musik und musikalische Aufführungen kennen keine Grenzen. Sie sind der außergewöhnlichste Ausdruck von Menschlichkeit und Kreativität. Heute hat man online Zugriff auf Millionen Aufnahmen, von portugiesischem Fado bis Kehlkopfesang aus der Mongolei. Der Zugang zu Musik und Kultur war noch nie so einfach wie heute.

Auf den ersten Blick (oder Klick) hört sich das zwar verlockend an. Auf den zweiten aber haben Wissenschaftler Angst vor einem „collapse in the diversity of musical minds“, vorm Niedergang der musikalischen Vielfalt, wie der Musikethnologe David Huron 2008 in einem Beitrag für das Wissenschaftsmagazin „Nature“ schrieb. Durch die medialen Begegnungen der verschiedenen musikalischen Stile und Ethnien drohten sämtliche kulturellen Eigenarten zu verwestlichen. Ganz unbegründet ist diese Befürchtung nicht.

„Nach etwa einer Stunde öffnete sich das Dickicht und gab den Blick frei [...]. Endstation. Ein Bach mit braunem Wasser wand sich durch die Lichtung, an beiden Seiten standen palmenbedeckte Hütten [...]. Bachabwärts fiel das Wasser von einem etwa zwei Meter hohen Felsen [...]. Weit stärker als das Rauschen dieses Wasserfalls war die Musik, die aus einer Holzhütte weiter oben drang. Es war ein Rundbau mit offenem Dach, wie wir ihn in unseren Breiten von besetztem Gelände in Brokdorf oder Whyll kennen. Aber diese Musik rührte nicht von Urwaldtrommeln her, wie ich sie im Museum gesehen hatte, nicht von den Bambusflöten, wie sie auf den Covern der Folklore-Platten abgebildet sind, nicht von der Charanga, die ich in Buenos Aires und in Rio gehört hatte. Die Musik kam aus wattstarken Boxen, wahrscheinlich japanischen Ursprungs: alles Lieder, die ich samt der Reihenfolge aus der Hitliste eines Berliner Nachkriegsradiosenders kannte. Irgendwo in der Nähe musste die Stelle sein, die mir ein Amazonaskenner beschrieben hatte, jener Hain im Urwald,

wo unzählige wilde Affen in den Bäumen sitzen und einen endzeitlichen, nie gehörten Schrei ausbrechen [...].“

Dieser Reisebericht des Berliner Schriftstellers Peter Schneider brachte Hurons Angst schon vor knapp 40 Jahren auf den Punkt. Schneider schrieb seinen Essay „Die Botschaft des Pferdekopfs“ 1980, nachdem er auf Einladung des Goethe-Instituts eine Busfahrt quer durch den Urwald an den Amazonas, 5000 Kilometer von Rio De Janeiro entfernt, unternommen hatte. Es ging ihm um sein „Entsetzen darüber, dass sich die Mythen der westlichen Zivilisation in aller Welt mit der Gewalt einer Naturkatastrophe durchgesetzt haben“, wie es auf dem Klappentext seines Buches heißt. Heute beeinflusst eine einzige musikalische Kultur – die des Westens – alle anderen. Doch woran liegt das? Warum „verurwaldet“ denn zum Beispiel nicht umgekehrt die westliche Musik?

Für den schwedischen Musikwissenschaftler Krister Malm liegt die Ursache im Dezember 1877, als Thomas A. Edison das Patent seines Phonographen anmeldete und damit die Musikindustrie in den USA begründete. Wegen der restriktiven Patente auf Aufnahme- und Wiedergabegeräte war die Musikindustrie von Anfang an nur auf wenige Firmen dort konzentriert. Diese hatten ein Problem: Wer Abspielgeräte verkaufen wollte, benötigte auch Musik dazu, um die Geräte bei Käufern überhaupt attraktiv zu machen. Schnell lernte man aber, dass es keine Art von Musik gab, die sich an verschiedene ethnische Gruppen sowie in allen Ländern und allen sozialen Schichten gleichermaßen gut verkaufte. Gesandten aus den USA gelang es indessen, in der ganzen Welt einen Boom an heimischen Musikaufnahmen auszulösen. Diese Klänge internationaler Kulturen wurden nachträglich „verwestlicht“ und waren in den USA bald ziemlich „in“. Denn das Angebot an Aufnahmen und Abspielgeräten orientierte sich natürlich an der Nachfrage des damals größten Marktes, und so wurden zunächst nur in den USA nur dort populäre Arten von Musik vertrieben.

Hundert Jahre später, als sich um 1970 die Kassette etablierte, änderte sich das. Mit

ihr war man nicht mehr an ein teures stationäres Abspielgerät gebunden, sondern konnte an günstigen mobilen batteriebetriebenen Rekordern Musik hören und damit sogar Musik aus dem Radio aufnehmen. Dies ermöglichte eine Verbreitung der westlichen Musik bis in die entlegensten Winkel unseres Planeten, teilweise sogar noch, bevor dort fließendes Wasser oder Straßen zu finden waren. Auf Raubkopien waren nun zum Beispiel die Beatles wirklich in aller Welt zu hören.

Auch in Deutschland verbrachte mehr als eine ganze Generation ihre Freizeit vor Kassettenrekorder und Radiogerät, um auf ihren Lieblings-ABBA-Song zu warten und dann den roten Aufnahmeknopf zu drücken. So entstanden Abertausende von Aufnahmen zum „immer-wieder-und-überall-abspielen“. Hier ebenso wie in Südamerika, Asien und Afrika. Eine Generation wuchs weltweit das erste Mal in der Geschichte mit der gleichen Musik auf, geprägt von ähnlichen Instrumenten. Experten wie Huron können heute nachweisen, dass sich dadurch einheimische Musiken, zum Beispiel von einem Volksstamm im Amazonas-Gebiet, verändern und sich dem westlichen Dur- und Mollsystem immer weiter annähern.

Dann klingt also künftig alles wirklich nur noch Einheitsbrei? Der hannoversche Musikethnologe Raimund Vogels ist da vorsichtig. Der Zugang zu Musik und Kultur war ja noch nie so leicht wie heute. Und gerade darin sieht Vogels auch eine Chance: Heute könne sich jeder Mensch auch musikalisch viel mehr als früher selbst bestimmen und kreativ sein, betont er. Überall entstünden neue Zugangswege zu Musik und neue musikalische Ausdrucksformen. Dass ein so flüchtiges Medium wie Musik sich wandelt und Wandel auch von Verlust begleitet sein kann, ist für den Musikethnologen selbstverständlich.

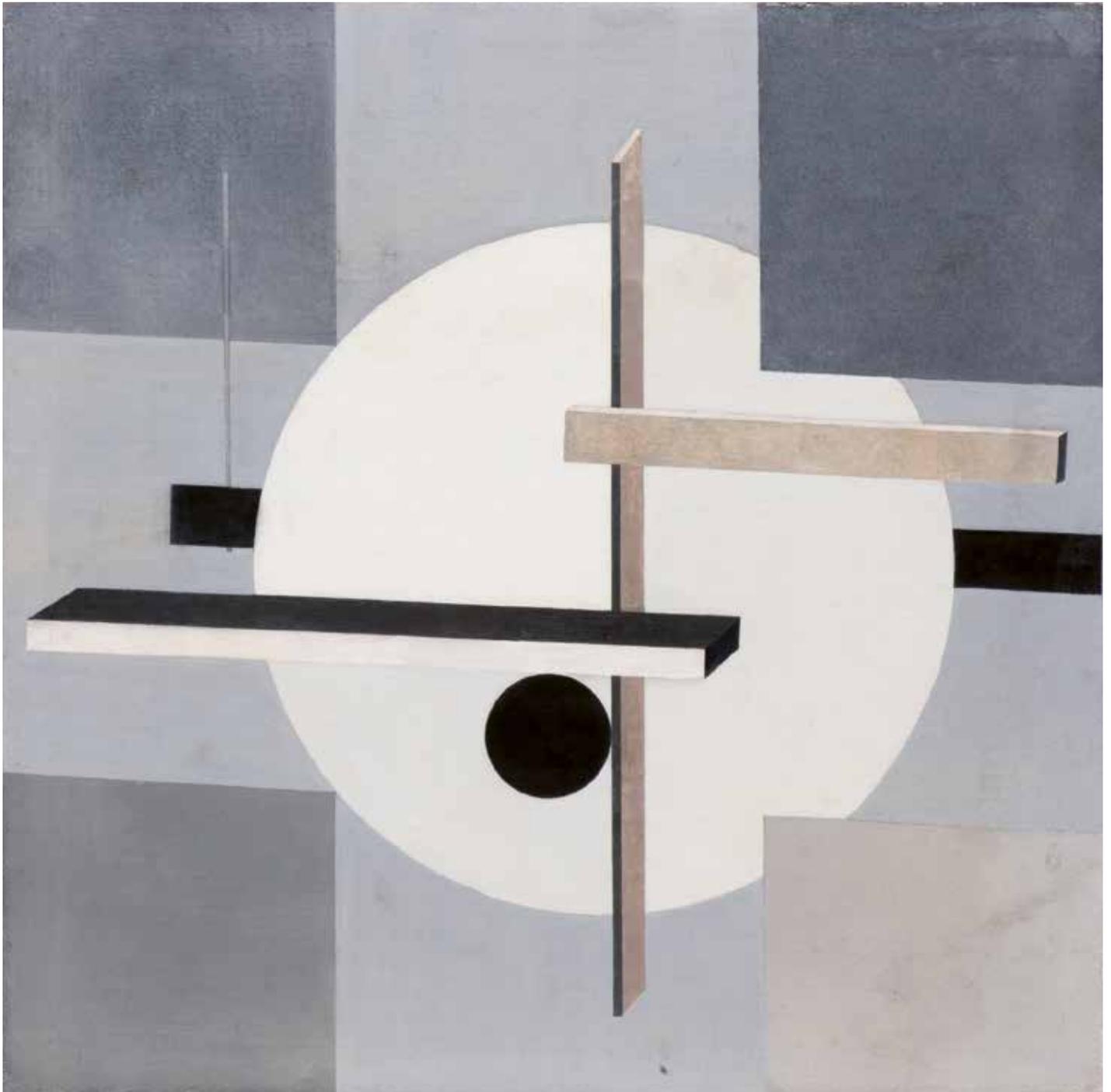
Musik verändert sich eben täglich. Genauso wie wir selbst und unsere Welt.

Roland Kolb

bis 7. Januar 2018

revonnaH

Kunst der Avantgarde in Hannover 1912–1933



SPRENGEL MUSEUM HANNOVER

www.sprengel-museum.de

Eine Institution der
Landeshauptstadt



Gefördert durch



IMPRESSUM

Herausgeber: Studiengang Medien und Musik • Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover

Redaktion: Johanna Andres, Cora Beckmann, Roland Kolb, Ronja Rabe, Jana Rebellato, Lara Sagen, Inga Schönfeldt, Jonas Traut

Layout: Katharina Bock

Kontakt: gunter.reus@hmtm-hannover.de

V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Gunter Reus,
Prof. Dr. Ruth Müller-Lindenberg

Herstellung: Layout · Satz & Druck e.k.
Lister Damm 5–7, 30163 Hannover

BILDNACHWEIS

Titel, S. 10, 12, 24, 26/27, 30,
33, 34, 36, 38, 46, 48:

S. 4:
S. 8/9:
S. 12:

S. 13:
S. 14/16:
S. 17:
S. 18-19:
S. 21-22:
S. 28-29:
S. 32:
S. 35:

Lara Sagen
Felix Broede
Inga Schönfeldt
Koen Suyk; Nationaal Archief, Den Haag, Rijksfotoarchief; Fotocollectie Algemeen Nederlands Fotopersbureau (ANFO), 1945-1989 - negatiefstroken zwart/wit, nummer toegang 2.24.01.05, bestanddeelnnummer 928-9663
Shalom at Polish Wikipedia
jimtaylorphoto.com
privat
Pixabay (lizenzfrei)
Pixabay (lizenzfrei)
SNNTG
Pressefoto
Batiste Safont; Caligvla at English Wikipedia; Raimond Spekking / CC BY-SA 4.0 (via Wikimedia

Commons); Dutch National Archives, The Hague. Fotocollectie Algemeen Nederlands Persbureau (ANFO), 1945-1989, Nummer toegang 2.24.01.03, Bestanddeelnnummer 918-5601; Asterio Tecson
Lars Borges
jannek-zechner.com
The White House from Washington, DC; TonyTheTiger at English Wikipedia; slgckgc (Flickr)

S. 42
S. 44
S. 50

Noch nicht genug Theater im Leben?

11
102
1004

Leibniz
Universität
Hannover

Berufsbegleitende einjährige
Theaterpädagogische Fortbildung
in Zusammenarbeit mit dem
Theaterpädagogischen Zentrum **TOZ**
Hannover

Beginn: Frühjahr 2018

Information und Anmeldung:
Britta Jahn
Tel.: 0511 762-19108
b.jahn@zew.uni-hannover.de



Theaterpädagogik

Theaterpädagogische
Fortbildung

Leibniz Universität Hannover
Zentrale Einrichtung für Weiterbildung (ZEW)
Schloßwender Straße 7 • 30159 Hannover

www.zew.uni-hannover.de

ZENTRALE EINRICHTUNG FÜR
weiterBILDUNG ●

„ICH BIN FROH, WISSEN ÜBER GELD ZU HABEN, DAS ICH NIE BESITZEN WERDE“



Der Bariton Benjamin Appl begann als Kind bei den Regensburger Domspatzen zu singen, machte dann eine Ausbildung bei der Bank, studierte Wirtschaft und absolvierte nach dem 3. Semester parallel ein Gesangsstudium. Obwohl ihm eine sichere und planbare Finanzkarriere offenstand, entschied er sich doch dafür, hauptberuflich der Musik nachzugehen. Mittlerweile steht er auf den großen Opernbühnen, sang unter anderem mit dem BBC Philharmonic Orchestra und gibt Liederabende in ganz Europa. Ob ihm sein Finanzwissen auch als Sänger hilft und wie sich die Finanz- und die Musikbranche unterscheiden, verrät er im Interview.

Herr Appl, Sie haben zuerst eine Banklehre gemacht und dann BWL studiert. Warum haben Sie diese Entscheidung getroffen?

Benjamin Appl: Wie viele andere junge Menschen konnte ich mir nach dem Abitur durchaus verschiedene Berufe vorstellen. Klar spielte ich schon damals mit dem Gedanken, Sänger zu werden. Ich zögerte aber noch, denn dieser Beruf verlangt einem sehr viel ab. Da meine Interessen auch auf dem Gebiet der Finanzwirtschaft lagen, kam ich zu dem Entschluss, dass eine Ausbildung genau die richtige Lösung für mich wäre. Eine Zeit, in der man seine Gedanken über berufliche Ziele noch weiterentwickeln kann. In der Ausbildungszeit wurde das Interesse an ökonomischen Zusammenhän-

gen immer größer, sodass ein Studium der Betriebswirtschaftslehre im Anschluss ganz logisch erschien.

Warum haben Sie sich nach dem BWL-Studium gegen die geplante Doktorarbeit und für eine Karriere als Sänger entschieden?

Nach ein paar Monaten BWL vermisste ich die intensivere Beschäftigung mit der Musik. Wie wahrscheinlich in keinem anderen Studium beschäftigt man sich im Musikstudium viel mit sich selbst, wie man auf andere wirkt, wer man ist. Denn es geht vorrangig auch darum, Emotionen beim Gesang hervorzurufen, bei sich und bei anderen. Hierfür muss man sich selbst sehr gut kennen. Das bedingt eine intensive Be-

schäftigung über Jahre. Dass ich mich dann gegen die geplante Doktorarbeit in BWL entschied, hatte rein praktische Gründe: Durch immer mehr Gesangsauftritte war es zeitlich einfach nicht mehr möglich, diese Pläne weiterhin zu verfolgen.

Haben Sie Ihre Entscheidung für die Musik jemals bereut?

Niemals. Sänger zu werden muss unglaublich gut und mindestens dreimal überlegt sein. Wenn es klappt und man seine gesteckten Zwischenziele erreicht, ist es der wunderbarste Beruf der Welt.

Hat Ihr Finanzwissen Ihnen beim Einstieg ins Musikbusiness geholfen?

Definitiv. Meine damalige Gesangsprofessorin sprach immer vom „Paket“, das ein Sänger mit sich bringen muss. Dazu zählt natürlich vorrangig das Instrument, die Stimme. Aber wie in kaum einem anderen Beruf braucht man viele andere weitere Fähigkeiten, um zu bestehen: Interesse an Sprachen, Spontaneität und schnelle Auffassungsgabe beim Erlernen neuer Partien bei Einspringern. Dann noch Risikofreudigkeit bei immer minimaler Vorausplanbarkeit, körperliche Fitness. Auch Selbstvermarktung, Strukturiertheit, Wissen darüber, wie man sich als Selbstständiger finanziell managt, sind wichtig. Vieles davon lernte ich im Finanzwesen.

Wie unterscheidet sich die Mentalität von Bankern von Künstlern?

Ich denke, diese Frage muss man sehr differenziert sehen und Einzelfälle unterscheiden. Es wäre in einer Bank kaum vorstellbar, dass ein Mitarbeiter persönlich kritisiert wird, er sei zu emotionslos oder er solle fünf Kilo abnehmen, wenn er mehr Arbeit bekommen wolle, um nur zwei Beispiele zu nennen. Den Beruf des Sängers schlägt man nicht ein, um reich zu werden. Man setzt da andere Prioritäten.

Wird Erfolg im Musikgeschäft anders gemessen als in der Finanzwelt?

Nur wenige Kollegen unter den Sängern reden offen darüber, wie viel Geld man verdient hat. Natürlich kann man auch als Sänger den eigenen Erfolg über den Verdienst am Ende eines Jahres definieren oder über die Gesamtzahl der Auftritte. Diesen quan-

titativen Ergebnissen aber stehen dann auch die qualitativen Faktoren gegenüber: Welches Repertoire durfte ich lernen, mit welchen Leuten durfte ich zusammenarbeiten, an welchen Orten durfte ich auftreten, welche Erfahrungen durfte ich auf der Bühne erleben bzw. welche stimmlichen Fortschritte konnte ich im Laufe eines Jahres erzielen. Es stimmt, dass man die Leistung eines Bankers einfacher messen kann als die eines Sängers: Am Ende des Tages kann man klar feststellen, wie jeder einzelne Mitarbeiter durch seine Leistung am Deckungsbeitrag mitgewirkt hat. In Gesang ist das nicht so einfach messbar, da sind viel Geschmack und persönliche Vorlieben dabei.

Sind Banker oder Leute im Musikgeschäft risikofreudiger?

Grundsätzlich sind freischaffende Künstler risikofreudiger. Beim eigenen Geld sicherlich. Planbarkeit und Sicherheit sind oft nicht vorhanden. Aber wir reden nicht nur von finanziellen Aspekten, vielmehr handelt es sich auch um persönliches Risiko: Man ist immer gefordert, Neues auszuprobieren und seine eigenen Grenzen zu durchbrechen. Wenn es um die Risikofreudigkeit im Umgang mit dem Geld anderer Menschen geht, dann sind sicherlich manche Banker in der „pole position“.

Können Banker und Musikmanager etwas voneinander lernen?

Was Banker vom Musiksektor lernen können, ist der ganze Bereich der Persönlichkeitsentwicklung und Reflexion. Auch dass Kunst ein unabdingbarer Teil jeder Kultur und Gesellschaft ist, kein Luxusgut, sondern unsere Identität definiert. Und dass man sich individuell, aber auch gemeinschaftlich viel mehr dafür einbringen sollte – ideell sowie finanziell – und einzelne Projekte auf diesem Gebiet unterstützen sollte.

Würden Sie anderen Musikern raten, sich Wissen über Finanzen anzueignen, um sich in Verhandlungen mit Labels, Veranstaltern und Agenturen besser positionieren zu können?

Ich sage immer mit einem zwinkernden Auge, dass ich froh bin, eine Ausbildung im Finanzwesen und Wissen über Geld zu haben, das ich als Musiker nie verdienen werde. Natürlich ist es hilfreich, wenn man Grundwissen über das Finanzwesen hat, dennoch ist doch am Ende wichtig, was man wie auf die Bühne bringt und dass man Musik macht. Dafür hat man hoffentlich ein gutes Team um sich herum, das einem die finanziellen Entscheidungen, Verhandlungen etc. abnimmt. So kann man sich auch mehr auf das Wesentliche konzentrieren, eben die Musik.

Das Gespräch führte Inga Schönfeldt

„Kunst ist ein unabdingbarer Teil jeder Kultur und Gesellschaft, kein Luxusgut, sondern definiert unsere Identität. Man sollte sich individuell, aber auch gemeinschaftlich viel mehr dafür einbringen“

„OHNE MARKETING GEHT ES EBEN NICHT“



Gitarrist Jannek Zechner hat es mit unternehmerischen Fähigkeiten nach oben geschafft

In Zeiten einer digital vernetzten Welt wird es auch für Musiker immer wichtiger, den eigenen „Entrepreneur“ in sich zu entdecken und an Kompetenzen wie Selbstvermarktung, Onlinekommunikation und Fundraising intensiv zu arbeiten. Einer, der diese Kompetenzen fast so gut beherrscht wie sein Instrument, ist Jannek Zechner. Er ist im niedersächsischen Oldenburg aufgewachsen und hat am renommierten „Berklee College of Music“ in Boston studiert. Wie er die Bedeutung unternehmerischer Fähigkeiten für Musiker einschätzt, erzählt er dem „Saitensprung“.

Jannek, wann stand für dich fest, dass du Musik studieren willst?

Jannek Zechner: Um ehrlich zu sein, schon extrem früh. Ich habe mit 12 angefangen Gitarre zu spielen, und spätestens mit 13 war mir klar, dass ich Musik studieren will. Ich hatte sogar einen Plan B: Management. Ich fand CEOs und Crisis Manager extrem interes-

sant. Wenn ich kein Musiker geworden wäre, würde ich heute bestimmt im Management oder Consulting arbeiten.

Und warum dann direkt der Weg in die Vereinigten Staaten? Es gibt ja auch in Deutschland und Europa gute Adressen.

Ich habe in Deutschland und England nach Universitäten geschaut, aber das war für mich noch nicht die passende Antwort. Für mich war Internationalität und kulturelle Vielfalt ein zentrales Kriterium. Auf das Berklee College of Music kam ich eher durch Zufall, war vom Konzept aber total begeistert. Berklee ist nicht nur das weltweit beste Institut für Contemporary Music, sondern bot mir mit einem Anteil von internationalen Studierenden von weit über 30 Prozent eben die Kreativität und kulturelle Fülle, nach der ich gesucht hatte. Die musikalische Vielfalt reicht von indischem Raga über türkische Opern, koreanischen Pop hin zu Lady Gaga und dem brasilianischen Songwriter Guinga. Weiter arbeiten die Dozenten und

Professoren mit Beyoncé zusammen, nahmen unzählige Songs für Prince auf und sind Berater für Aerosmith. Das Netzwerk ist einzigartig.

War für dich von Anfang an klar, dass es neben der musikalischen Qualität auch noch andere Faktoren gibt, die eventuell im Beruf wichtig sind?

Auf jeden Fall. Ich habe Menschen immer schon gern begeistert. Ein großer Vorteil war, dass ich mir relativ früh in meiner Karriere einen Manager zugelegt habe. Ein guter Manager ist ein Berater, der dir beibringt, wann du mal den Mund halten musst und wann es okay ist, „auf die Kacke zu hauen“. Als ich mit seinen Tipps mein erstes Benefizkonzert erfolgreich auf die Beine stellte, wurde mir klar, dass Netzwerken in vielen Fällen mindestens genauso wichtig ist wie die Musik selbst. Du machst Musik für andere Leute. Alles andere ist eine selbstverliebte Denkweise, die dir keinen Erfolg bringen wird. Du möchtest, dass deine Musik die

Menschen auch erreicht. Wenn du es also nicht schaffst, einen guten Kontakt mit ihnen aufzunehmen, hast du verloren.

Du hast bereits vor deinem Studium in den USA kräftig die Werbetrommel für dein Vorhaben gerührt. Wie sah das genau aus, und welche Maßnahmen waren dabei für dich besonders rentabel?

Ich habe „Familie für ein Jahr“ auf die Beine gestellt. Dies war ein Spendenprojekt, das von mehreren Oldenburger Firmen und vor allem dem „Theater Laboratorium Oldenburg“ unterstützt wurde. Das Prinzip war Crowdfunding. Ich gab auf Spendenbasis an die 60 kleine Konzerte in allen Ecken Oldenburgs. Dort habe ich dem Publikum kurz von mir, meiner bisherigen Geschichte und meinem großen Vorhaben erzählt und natürlich Musik gemacht. Im Theater selbst haben die Darsteller nach jeder Aufführung kurz auf mein Spendenprojekt hingewiesen, und als die Zuschauer aus dem Saal liefen, spielte ich im Foyer, sodass sie ein Glas Wein bei Live-Musik trinken konnten. Gerade vor und nach größeren Auftritten oder Aktionen hab ich immer darauf geachtet, dass darüber geredet wird. Natürlich bin ich in den sozialen Medien sehr aktiv und habe meine eigene Website. Man darf aber nicht nur an eine Altersgruppe denken. Der gute Kontakt zur „Nordwest-Zeitung“ und zu diversen Stadtmagazinen, die dann immer wieder über mich berichtet haben, hat mir sicher geholfen. Wichtig ist, dass du dabei ehrlich bleibst. Mein Marketing basierte darauf, jedem klar zu machen, dass ich ein relativ unbeschriebenes Blatt bin, dass aber jeder, der sich engagiert, ein Teil des Buches werden kann und dass ich mir den „Arsch abarbeiten“ werde, um jedes Kapitel mit einem Erfolg zu beenden. Du darfst dabei nicht vergessen, dass Fehler auch Erfolge sind.

Ein Studium in den Vereinigten Staaten ist sehr teuer. Wie hast du dich neben dem Studium finanziert?

Ich konnte durch meine Fundraising-Aktivitäten wirklich eine Menge einnehmen, das hätte ich niemals für möglich gehalten. Aber für das komplette Studium hat es natürlich nicht gereicht. Und außerhalb meiner Universität durfte ich als ausländischer Student leider nicht arbeiten. Ich habe neben großer Unterstützung durch meine Eltern dann

aber einen guten Job an meiner Universität bekommen und mir so etwas dazuverdienen können.

Du hast immer wieder wichtige und auch berühmte Persönlichkeiten getroffen. Gehört dieses Netzwerken ebenso zu den Fähigkeiten, die es über die Musik hinaus braucht?

Ja und nein. Berühmte Persönlichkeiten sind auch nur Menschen. Wenn man zu sehr die Marketing-Schiene fährt, merken die es sofort und sind sofort extrem desinteressiert. Wichtig ist hier, was ich den „hang factor“ nenne: Sei entspannt und du selbst, sei freundlich und drehe nicht völlig am Rad, wenn Lemmy auf einmal neben dir am Esstisch sitzt. Kein Musiker wird mit dir spielen wollen, wenn du kein entspannter Typ bist, keine Geduld hast oder rumstresst. Der „hang factor“ ist einfach das Wichtigste, das wirst du von fast allen etablierten Musikern hören.

Glaubst du, dass Musiker ohne unternehmerisches Denken heute überhaupt noch eine Chance haben, wahrgenommen zu werden?

Populärmusik: nein, Klassik: ja, Jazz: haha yeah right. Marketing ist deine einzige Chance nachhaltig in der heutigen Popwelt wahrgenommen zu werden. Das Publikum ist extrem wählerisch und wechselhaft. Du musst alles geben, um eine Verbindung mit den Menschen aufzunehmen. Wenn Musiker nicht erkennen, dass Musik ein Business ist, wird es wirklich ganz schwer. Miles Davis beispielsweise war ein unglaublich pfiffiger Geschäftsmann und hat auch vom Marketing sehr viel verstanden – wenn er nicht gerade auf Heroin war.

Hast du eine Art Faustregel oder eine kleine Rangliste der wichtigsten unternehmerischen Fähigkeiten?

Für mich und meine Karriere war Authentizität das Wichtigste, da sich die Nähe zu den Menschen, die mich unterstützt haben, als zentraler Aspekt herausgestellt hat. Was mir bei vielen meiner Mitmusiker immer wieder aufstößt, ist das ständige Reden darüber, was für tolle Sachen in der nächsten Zeit geplant sind. Es interessiert aber wirklich keinen, was du als nächstes machst – entscheidend ist, was du gerade machst. In diesem Busi-

ness ändern sich deine Pläne sowieso schneller, als du sie machen kannst. Wie oft habe ich miterlebt, dass jemand zu einer Album-Release-Party einlädt und den Termin dreimal verschieben muss, da der Produzent das Album zu spät zum Mixer geschickt hat, dieser dann die Verspätung in Richtung des Mastering Engineers weitergibt und im Presswerk dann auch noch etwas schief läuft. Das sind wirklich Dinge, die sich mit gutem Zeitmanagement verhindern lassen. Andererseits kann der Verkauf deiner Platte schon mal um zehn Prozent geringer ausfallen, weil die Leute genervt von den eben beschriebenen Ausreden sind.

Du hast es geschafft und arbeitest bei Human Worldwide, einer der weltweit führenden Musikproduktionsfirmen. Was wäre passiert, wenn du dein „Entrepreneurship“ nicht so konsequent in deinen musikalischen Werdegang integriert hättest?

Ich hätte bestimmt mehr geübt und wäre Jazzer geworden (*lacht*). Ganz ehrlich, ich weiß es nicht. Das kann ich schwer sagen, da ich, seitdem ich meinen Weg als Musiker eingeschlagen habe, nie über Alternativen nachgedacht habe. Dinge klappen eh nie so, wie du sie dir vorstellst. Ich hatte zum Glück die nötige Kreativität und das Durchhaltevermögen; das sind für mich die Grundlagen des Erfolgs.

Das Gespräch führte Jonas Traut

„Marketing ist deine einzige Chance nachhaltig in der heutigen Popwelt wahrgenommen zu werden“

Viele Musiker haben den Anspruch, von ihrer Kunst so schnell wie möglich leben zu können. Doch wie finanziert man sich selbst, wenn man durch seine Musik noch nicht genügend verdient? Die Hornistin Jessica Armstrong und die Pianistin Valentina Lisitsa sind unterschiedliche Wege gegangen.



„JEDER IST AUF SICH SELBST ANGEWIESEN“

Für Musiker hat längst das Zeitalter der Selbstfinanzierung begonnen.
Zwei Beispiele

Valentina Lisitsa kommt aus der Ukraine und ist nach ihrem Musikstudium Anfang der 90er Jahre in die USA gezogen. Dort hat sie einen wichtigen Klavierwettbewerb im Duo mit ihrem Ehemann gewonnen. Doch nach diesem Erfolg ging es nicht so recht weiter mit ihrer Karriere. Sie kam auf die Idee, eigene Videos von sich zu drehen und sie auf YouTube zu stellen. 2007 lud sie ihr erstes Video hoch. Lisitsas Künstlermanagerin Natalja Slobodyreva erzählt von der harten Zeit, die die Pianistin durchmachen musste. „Für sie [*Lisitsa, ihren Ehemann und ihren kleinen Sohn*] ging es ums Überleben, sie hatten wirklich wenig Geld. Sie war total verzweifelt, sie wollte schon alles hinschmeißen, wollte aufhören Klavier zu spielen und überlegte, ob es nicht besser wäre, den Beruf zu wechseln. Dann haben sie eine VHS-Kamera gekauft und angefangen, sich einfach aufzunehmen und das zu posten. Sie haben nicht erwartet, dass das explodieren würde.“ Stetig wuchs die Abonnentenzahl, und ihre Videos wurden mehr und mehr geklickt. Sie war eine der ersten klassischen Musikerinnen, die YouTube so erfolgreich nutzten. Immer noch werden ihre Videos deutlich mehr angeklickt als die anderer Top-Pianisten wie Lang Lang. Während er nur etwas mehr als 2 Millionen Aufrufe hat, sind es 147 Millionen auf Lisitsas Kanal.

Nachdem sie mit YouTube begonnen hatte und immer mehr Leute ihre Videos anschauten, nahm sie den nächsten Karriereschritt auch selbst in die Hand. Sie wartete nicht darauf, dass eine Plattenfirma sie anrief, sondern organisierte einfach eine Aufnahme. „Sie ist ein draufgängerischer Typ, der gerne die Sachen offensiver angeht“, sagt Natalja Slobodyreva. Lisitsa kontaktierte das London Symphony Orchestra und spielte mit ihm die Klavierkonzerte von Rachmaninow ein. Um die Aufnahme zu finanzieren, verkaufte sie ihr Haus in den USA. Das Risiko hat sich gelohnt. Mit der Masterspur wandte sie sich an ein Plattenlabel und erhielt einen Exklusivvertrag. Auch ihr derzeitiges Management nahm sie dann unter Vertrag. Mittlerweile spielt sie weltweit auf den großen Bühnen mit den besten

Orchestern. Der amerikanische Traum ist für eine Ukrainerin wahr geworden.

Jessica Armstrong hat sich in kleinerem Rahmen selbst finanziert und ist dabei im Gegensatz zu der Pianistin kein eigenes Risiko eingegangen. Die Australierin hat an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover Horn studiert und im Januar eine feste Stelle in Heidelberg bekommen. Davor musste aber ein neues Horn her. Sie versuchte das Instrument mit Crowdfunding zu finanzieren. Das gelang ihr nicht ganz. Nur ungefähr ein Siebtel des mehrere tausend Euro teuren Instruments bezahlte sie mit dem Geld, das ihr Freunde und Bekannte gespendet haben. „Über jeden Betrag, den ich aufbringen konnte, war ich glücklich. Finanziell war es eine sehr schwierige Zeit für mich, da ich nicht nur ein neues Horn für den neuen Job kaufen musste, sondern gleichzeitig in eine andere Stadt gezogen bin und eine neue Wohnung mieten musste“, erzählt sie. Am Ende hat ihr dann ein Bekannter aus Australien das Geld geliehen. Trotzdem würde sie es wieder mit Crowdfunding versuchen, „aber nicht für persönlichen Zwecke. Ich würde es in Zukunft gerne nutzen, um Konzertprojekte und Wohltätigkeitsarbeit zu organisieren“, sagt die junge Australierin.

Lisitsas und Armstrongs Beispiele zeigen, dass längst das Zeitalter der Selbstfinanzierung für Musiker begonnen hat. Natürlich musste man früher auch seine Instrumente bezahlen, doch heute gibt es mehr Möglichkeiten dafür Geld zu sammeln. Allerdings zeigt Jessica Armstrongs Beispiel, dass Crowdfunding nicht verlässlich ist, obwohl es so vielversprechend klingt. Im Gegensatz zu früher erwarten Plattenlabels auch, dass die Musiker schon selbst Sponsoren für eine CD-Produktion mitbringen, berichtet Lisitsas Managerin. „Das Studio kostet Geld, der Toningenieur kostet Geld, Mikrophone kosten Geld, das Orchester kostet Geld, der Dirigent kostet Geld. Und die Labels sind nicht bereit, das allein zu

zahlen“, erklärt sie. Als Manager kann man seinen Künstler dabei unterstützen, aber der Musiker muss auch viel allein auf die Beine stellen. „Früher musste ein Künstler fast gar nichts machen. Das Management hat alles für ihn erledigt. Heute ist jeder Künstler auf sich selbst angewiesen; woher er die Gelder bekommt, ist seine Sache. Ich kann nur helfen, wenn ich jemanden kenne, der einflussreich ist oder Kontakte zur Industrie hat. Manche Energieunternehmen finanzieren Künstler, die Banken natürlich auch. Man ist immer auf diese Sachen angewiesen. Und die Musiker, die für kleinere Projekte Geld brauchen, müssen natürlich mit noch mehr Ideen kommen, wie sie das anstellen“, erzählt Natalja Slobodyreva.

Jetzt, da Valentina Lisitsa den Durchbruch geschafft hat, versucht sie auch anderen auf die Sprünge zu helfen. Mehrere Jahre hat sie auf Festivals gespielt, ohne eine Gage zu erhalten. „Sie hat nie Geld verlangt über Jahre, um so zu helfen, das Festival aufzubauen. Weil sie einen Namen hat, bringt sie dem Festival natürlich Publikum, sodass sie einigermaßen ihre Kosten decken können. Heute können die Veranstalter sagen, wir haben alles, wir haben Sponsoren, uns geht es gut, jetzt wollen wir zahlen“, sagt Natalja Slobodyreva.

Selbstvermarktung, Überzeugungskraft und innovative Finanzierungsideen sind heute somit fast schon wichtiger für Künstler als das Musizieren selbst. Dann heißt es nur noch durchhalten und auf ein bisschen Glück hoffen – klingt doch eigentlich ganz einfach.

Inga Schönfeldt

WAHLKÄMPFER WIDER



WILLEN

Künstler können sich gegen den Missbrauch ihrer Musik bei politischen Veranstaltungen wehren

Ob Kirmes, Demonstration oder Sportevent – bei Großveranstaltungen gehört Musik einfach dazu, sie verbindet Menschen und sorgt für Stimmung. Deshalb bedienen sich auch Politiker gerne mal an bekannten Klassikern oder den aktuellen Charts, um ihre Wahlkampfveranstaltungen und Parteitage aufzupeppen. Aber dürfen sie das überhaupt einfach so?

Als Donald Trump letztes Jahr am Abend der ersten Republican National Convention – eines Parteitags im Rahmen der Präsidentschaftswahl in den USA – zu den oh-

renbetäubenden Klängen von „We Are The Champions“ auf die Bühne trat, waren viele Queen-Fans überzeugt davon, dass Freddie Mercury sich gerade im Grab umdreht. Dass Trump, der die gleichgeschlechtliche Ehe eher ablehnt und auch sonst nicht für die Verfechtung von LGBTQ-Rechten bekannt ist, das Lied einer Band mit einem unmissverständlich schwulen Frontmann wählte, schien für manche ein dreister Schachzug zu sein. Auch Queen selbst war alles andere als erfreut; auf Twitter stellten sie klar: „Eine nicht autorisierte Nutzung bei der Republican Convention gegen unseren Willen – Queen.“

Das war allerdings weder das erste noch das letzte Mal, dass ein Künstler oder eine Künstlerin nicht mit Trump und seiner Politik assoziiert werden wollte. Schon im Vorlauf der Republican National Convention hatten sich mehrere Musiker gegen das Spielen ihrer Musik bei Trumps Wahlveranstaltungen ausgesprochen. Während Steven Tyler von Aerosmith – der wie Trump Republikaner ist – ihn bat, „Dream On“ aus urheberrechtlichen Gründen nicht abzuspielen, und Neil Young in einem Interview mit Reuters erklärte, dass es ihm nur ums Prinzip ging, dass er nicht persönlich gefragt worden war, ob Trump „Rockin’ In

The Free World“ benutzen dürfe, war die Reaktion von R.E.M. etwas heftiger. Frontmann Michael Stipe untersagte jeglichen Gebrauch von R.E.M.s Musik für politische Zwecke und twitterte: „Go fuck yourselves, the lot of you – you sad, attention-grabbing, power-hungry little men.“ Der Bassist der Band, Mike Mills, nannte Trump, der den Hit „It’s the End of the World as We Know It (And I Feel Fine)“ von 1987 bei einer Kundgebung abgespielt hatte, zusätzlich einen „orangefarbenen Clown“. Auch Adele war empört, als Fans sie darauf hinwiesen, dass ihre Musik Teil von Trumps Kampagne zu sein schien, und teilte ihrem Konzertpublikum in Washington DC mit, dass sie sich für Amerika schäme.

Nachdem Donald Trump dann im November letzten Jahres zum Präsidenten der USA gewählt worden war, stellte sich die Frage, wer die Musik für seine Amtseinführung im Januar liefern würde. Barack Obama hatte acht Jahre zuvor die Messlatte hoch gelegt mit Auftritten von Bruce Springsteen, Mary J. Blige, Herbie Hancock, will.i.am und Beyoncé (um nur eine Handvoll zu nennen). Da kam Trump nicht hinterher. Es gab Absagen von Elton John, Kiss, Céline Dion, John Legend, Ice T, den Dixie Chicks und vielen weiteren. Die britische Sängerin und ehemalige X-Factor-Kandidatin Rebecca Ferguson, wohlgermerkt eine schwarze Frau, bot sich an, bei der Amtseinführung aufzutreten – allerdings nur unter der Bedingung, dass sie Billie Hollidays „Strange Fruit“ singen dürfe, was als ein mutiges politisches Statement verstanden werden kann. Das Lied von 1939 thematisiert nämlich Rassismus in den USA, vor allem die Lynchmorde an Afroamerikanern in den Südstaaten Amerikas während der Jim-Crow-Ära. Natürlich durfte Ferguson nicht auftreten.

Doch Donald Trump ist nicht der Einzige, der bei seinen Wahlkampagnen für die amerikanische Präsidentschaft auf Widerstand aus der Musikbranche stieß. Trotz einer beeindruckenden Reihe von Künstlerinnen und Künstlern bei der Amtseinführung Barack Obamas gab es auch Musiker, die im Vorlauf der Wahl nicht den Eindruck erwecken wollten, als würden sie ihn öffentlich unterstützen. So verlangte

der Tenor Sam Moore aus dem Duo Sam & Dave, dass der Song „Hold On, I’m Comin“ nicht mehr bei Wahlveranstaltungen des Demokraten gespielt werde (der Bitte wurde nachgegeben; später trat Moore dann aber mit Sting und Elvis Costello bei der Amtseinführung 2009 auf). Barack Obamas republikanischer Gegenkandidat John McCain hingegen musste während des Wahlkampfes 2008 satte neun Beschwerden von Musikern einstecken. Die Rock-Bands Van Halen, Foo Fighters und Heart sowie Jackson Browne, Jon Bon Jovi, Tom Petty, John Mellencamp (von ihm kamen sogar zwei Beschwerden wegen des Gebrauchs zweier seiner Lieder) und auch die schwedische Kult-Band ABBA sprachen sich alle ausdrücklich gegen eine Nutzung ihrer Musik in McCains Wahlkampagnen aus. Auch das Rock ’n’ Roll-Urgestein Bruce Springsteen hatte schon mehrfach mit dem unautorisierten Gebrauch seiner Musik durch republikanische Präsidentschaftskandidaten zu kämpfen. Sowohl Ronald Reagan im Jahr 1984 als auch Bob Dole 1996 und Pat Buchanan 2000 benutzten Springsteens Hit „Born in the U.S.A.“ gegen seinen Willen; seine öffentliche Kritik daran ebnete anderen Musikschaaffenden den Weg, sich auch gegen die unbefugte Nutzung ihrer Musik zu wehren.

Allerdings nutzen nicht nur US-Politiker Musik für ihre Zwecke, ohne die jeweiligen Künstlerinnen und Künstler zu fragen – es gab auch schon solche Fälle bei deutschen Wahlkampagnen. So empörten sich 2013 die Toten Hosen, dass CDU-Politiker auf einer Wahlparty zu ihrem Song „Tage wie diese“ im Takt nickten. Man hatte sie nicht vorher um Erlaubnis gefragt, und die Band befürchtete, dass das Abspielen des Liedes sie fälschlich als Unterstützer der CDU dastehen ließe. Die Toten Hosen distanzieren sich in einem Facebook-Post von der Politisierung ihrer Musik und nannten es „unanständig und unkorrekt“, dass ihre Songs auf politischen Veranstaltungen unautorisiert gespielt würden, egal von welcher Partei. Das war übrigens nicht das erste Mal, dass Angela Merkel Unmut in der Musikbranche verursachte. Im Zuge der Bundestagswahl 2005 bediente Merkel sich eines Songs der Rolling Stones mit dem passenden Titel „Angie“. Das war wohl auch mit der GEMA

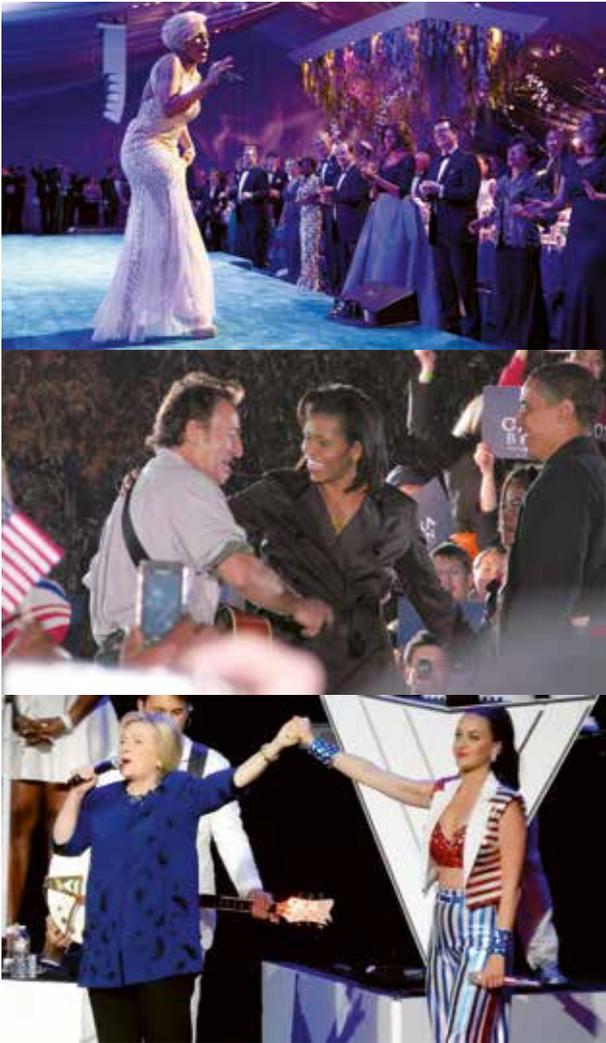
abgesprochen (zur Rechtslage weiter unten mehr), allerdings war die Band zu ihrer Überraschung nicht um Einverständnis gebeten worden, und ein Pressesprecher versicherte, dass diese auch nicht erteilt worden wäre.

Auch die NPD ist in den letzten Jahren mit verschiedenen Künstlerinnen und Künstlern in die Bredouille geraten. Bei Wahlveranstaltungen in Thüringen und Sachsen spielte die rechtsextreme Partei „Gekommen um zu bleiben“ von Wir sind Helden, „Atemlos durch die Nacht“ von Schlagerstar Helene Fischer und „Wenn nicht jetzt, wann dann?“ der Kölner Band Höhner. Sie alle waren entsetzt und wehr-

AKTIVER UND OFFENER

Während die einen rechtlich vorgehen, um die Nutzung ihrer Musik zu untersagen, sind andere ganz scharf darauf, sich zu bestimmten Politikern oder Parteien zu bekennen. So standen im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf letztes Jahr Pop-Giganten wie Katy Perry, Lady Gaga und das Power-Paar Beyoncé und Jay Z hinter Hillary Clinton, während Bernie Sanders die Red Hot Chili Peppers und Art Garfunkel auf seiner Seite hatte. Der kanadische Premierminister Justin Trudeau betrat im Vorlauf seiner Wahl mehrfach zu „The Veldt“ von House-DJ Deadmau5 die Bühne, und im Zuge der Parlamentswahl in England entwickelte sich die „Grime4Corbyn“-Bewegung, in der bekannte englische Grime-Künstler wie Stormzy, Novelist und JME den Labour-Kandidaten Jeremy Corbyn unterstützten und die jüngere Generation in die Wahlkabinen treiben wollten. Die Beziehung zwischen Politik und Musik muss also nicht immer angespannt sein, viele Künstlerinnen und Künstler werden politisch immer aktiver und offener.

ja



Mary J. Blige und Bruce Springsteen unterstützen Barack Obama im US-Wahlkampf; Katy Perry Hand in Hand mit Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton (v. o. n. u.).

ten sich vehement dagegen, dass ihre Musik benutzt werde, um das Gedankengut der NPD zu bewerben. Sie gingen gegen die Partei vor – und bekamen Recht.

Aber wie funktioniert das eigentlich? Wie ist die Rechtslage, und wie können Musikschaffende gegen die Politisierung ihrer Musik vorgehen?

An und für sich müssen Politiker, die bestimmte Lieder auf ihren Wahlveranstaltungen abspielen wollen, keine direkte Erlaubnis bei den Künstlerinnen oder Künstlern selbst einholen. Sie sind allerdings urheberrechtlich dazu verpflichtet, die Rechte für diese Lieder bei der GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) zu erwerben. Die Tarife hierfür sind festgesetzt und öffentlich einsehbar. Liegen auch Leistungsschutzrechte bei der Plattenfirma, müssen dort individuelle Vertragsverhandlungen stattfinden, damit ein Lied

bei einer politischen Veranstaltung benutzt werden darf. Diese Regelung gilt übrigens nicht nur für Politiker, sondern auch für Einrichtungen wie Restaurants oder Clubs. Je nach Aufführungsort kann sich jeder den entsprechenden Tarif auf der Webseite der GEMA berechnen lassen und die nötigen Antragsformulare herunterladen.

In Amerika ist die Rechtslage ähnlich, auch dort gibt es übergeordnete Performance Rights Organizations, zu deutsch Verwertungsgesellschaften, wie zum Beispiel die Broadcast Music Inc. (BMI), über die Politiker die Rechte an einem Lied kaufen können. Allerdings gibt es bei der BMI eine besondere Klausel, in der Musiker festlegen können, wenn bestimmten politischen Akteuren der Erwerb der Rechte nicht erlaubt sein soll. Und genau so gingen Queen mit „We Are The Champions“ vor, sodass es Donald Trump nun gesetzlich verboten ist, ihre Musik auf seinen Veranstaltungen abzuspielen.

Auch in Deutschland können sich Künstler gegen die Politisierung ihrer Musik zur Wehr setzen, und zwar indem sie sich auf ihr Urheberpersönlichkeitsrecht berufen. Sieht ein Gericht dieses Recht verletzt, kann beispielsweise eine einstweilige Verfügung gegen die Partei erwirkt werden; wird diese Verfügung missachtet, ist mit einer saftigen Geldstrafe zu rechnen. Genau so gingen Wir sind Helden, Helene Fischer und Höchner gegen die NPD vor. Durch das Abspielen ihrer Musik auf den Wahlveranstaltungen waren sie in einen Zusammenhang mit der rechtsextremen Partei gebracht worden, wodurch das Publikum nicht ausschließen konnte, dass sie mit den politischen Inhalten sympathisieren. Dies kann das Ansehen und den Ruf der Musiker gefährden und stellt eine Beeinträchtigung des Urheberpersönlichkeitsrechts dar. Außerdem wurde ihre Musik gezielt genutzt, um eine positive Atmosphäre unter den Besuchern der Veranstaltung hervorzurufen, diente also als Instrument im politischen Wahlkampf. Aus all diesen Gründen waren die Anträge auf einstweilige Verfügung von Helene Fischer, Wir sind Helden sowie den Höchnern erfolgreich, und die NPD darf von nun an ihre Musik nicht mehr abspielen.

Johanna Andres

QUELLEN:

Justin Patch (2016): *Deconstructing the Populism: Pop Music on the modern Campaign Trail*

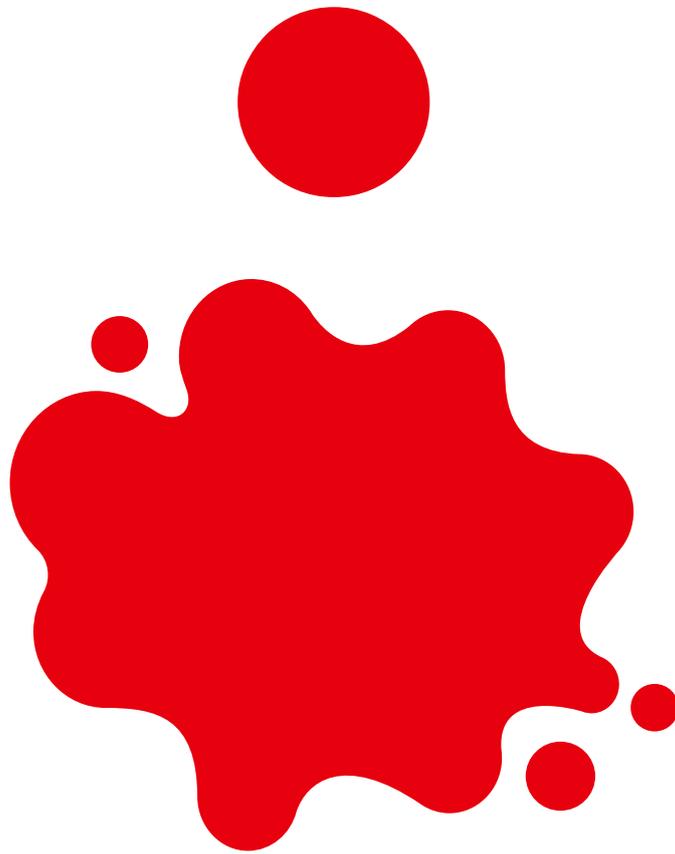
Vox (2016): *How Queen got Trump to stop using their music*

Clemens Pfitzer (Kurz Pfitzer Wolf & Partner Rechtsanwälte mbB) (2016): *Popsongs im Wahlkampf*

Helene Klassen-Rock (Kurz Pfitzer Wolf & Partner Rechtsanwälte mbB) (2016): *Helene Fischer atmet auf*

**RÜCKZUGSRAUM.
KRAFTQUELLE.
HEILE WELT.**





sparkasse-hannover.de

Inspirieren ist einfach.

**Wenn meine Finanzpartnerin auch kulturelle
Spielräume schafft.**

Mit Freude und Stolz fördern wir zukunftsweisende Projekte motivierter Initiatoren. Was uns dabei wichtig ist: Zugänge zu schaffen zu den unterschiedlichsten Kunst- und Kulturformen.

Wenn's um Geld geht



**Sparkasse
Hannover**