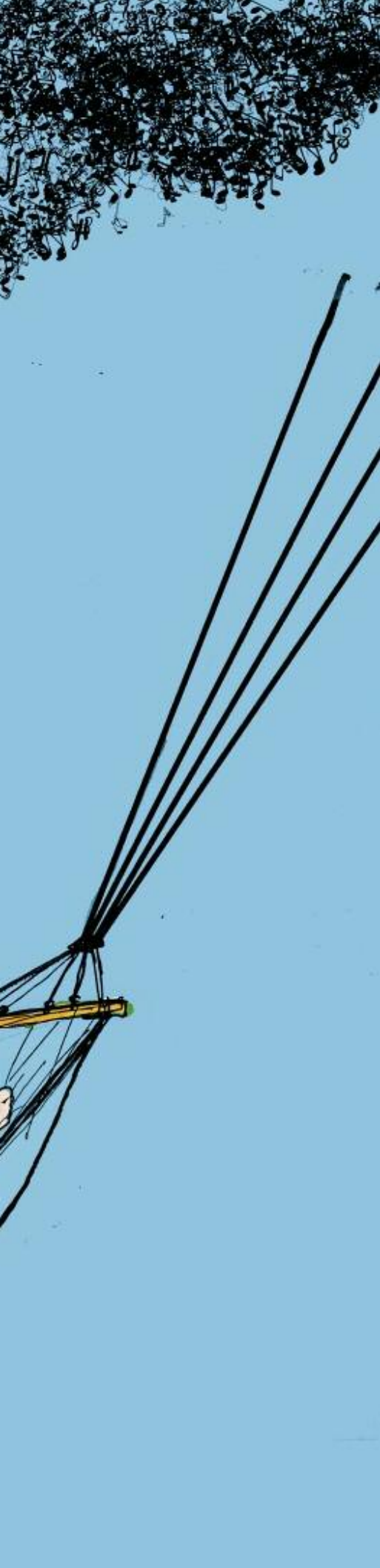


30 Millionen Lieder

Pop Streaming-Dienste wie Spotify oder Apple Music bieten unbegrenzten Zugriff auf die Songs der Menschheit. Nun können alle alles hören und das jederzeit. Aber wer verdient damit überhaupt Geld? Und wie hat das die Musik verändert? *Von Philipp Oehmke*





Als alles vorbei ist an diesem Vormittag, liegt Daniel Ek in einer Fabrikhalle in Manhattan hinter der Bühne auf einem Sofa. Er sieht erschöpft aus, öffentliche Auftritte mag er nicht, mit Anfang dreißig hat er schon fast alle Haare verloren, sein Gesicht wirkt durchsichtig. Er sieht nicht aus wie ein Rockstar, auch nicht wie ein neuer Mark Zuckerberg und erst recht nicht wie ein neuer Steve Jobs, obwohl ihn viele für all das halten.

Neben ihm, mit Fedora-Hut, ein wahrer Popstar: Michael Archer, Künstlernamen D'Angelo, von ihm stammt eines der besten Popalben der vergangenen Jahre. Vor 30 Jahren wäre D'Angelo ein Weltstar gewesen, ein Künstler, ein Genie, gefeiert wie einst Stevie Wonder oder Prince oder Michael Jackson. Heute kennen ihn nur Spezialisten. Und dass das so ist, liegt wahrscheinlich an Leuten wie Daniel Ek.

Ek hat den Streaming-Dienst Spotify erfunden. Wer sich dort anmeldet und 9,99 Euro im Monat zahlt (oder nichts zahlt und sich dafür nach jedem dritten oder vierten Song Werbung anhört), kann sich aus ungefähr 30 Millionen Songs jeden anhören, so oft und wann er will. Rund 75 Millionen Menschen auf der Welt hören ihre Musik bei Spotify; 55 Millionen im kostenlosen, werbefinanzierten Bereich, 20 Millionen in der Premiumversion.

Im Jahr 2016 muss niemand mehr Musik besitzen, um sie zu hören. Und niemand muss bisher dafür bezahlen, wenn er nicht will. Für Musiker und für Plattenfirmen stellt sich die Frage, ob Ek nun ihr Retter oder ihr Totengräber ist. Einem Musiker wie D'Angelo kann es eigentlich nicht gefallen, dass seine Kunst so wenig wert ist, dass er pro Stream noch nicht einmal ein Zehntel eines Cents von Spotify bekommt. Musik hat ihre Materialität verloren, sie ist überall und oft nur noch eine Hintergrundberieselung unseres Alltags. Die Popgenerationen der Siebziger- und Achtzigerjahre sind noch nach London gefahren, um in Spezialläden nach besonders raren Platten zu suchen. Daniel Ek kennt diese Zeit nicht. Wenn man ihm davon erzählt, schaut er einen interessiert mit schief gelegtem Kopf an, als wäre man ein relativ seltenes Reptil. Ek kennt keine Zeit vor dem Internet. Seit seiner Kindheit ist er Programmierer, er ist Schwede, aufgewachsen bei Stockholm, nach der Schule hatte er sich erfolglos bei Google beworben, kurz darauf, mit gerade erst 20, seine erste Million mit einem Internet-Start-up gemacht. Daniel Ek sagt, dass er über früher gar nicht reden wolle.

An diesem fröhlichen Tag in der Fabrikhalle in Manhattan hat Ek ein paar Neuerungen vorgestellt. Spotify liefert jetzt neben der Musik auf den Benutzer zugeschnittene Nachrichten und Unterhaltungsvideos. Wer joggen geht, dessen Lauf-

geschwindigkeit misst Spotify und sucht dann Musik im passenden Rhythmus. Ek will, dass die Musik sich nicht nur der Jogginggeschwindigkeit der Leute anpasst, sondern ihrem Leben und ihren Gewohnheiten.

Dafür hat Spotify in den vergangenen sieben Jahren die Daten seiner Nutzer gesammelt, ihr Hörverhalten analysiert, damit sie eine noch persönlichere „Erfahrung“, wie Ek das nennt, machen können. „Erfahrung“ ist für Ek ein anderes Wort für „Musikhören“.

Entscheidend aber war an diesem Tag, dass Ek am Ende seiner Veranstaltung D'Angelo präsentieren konnte. D'Angelo, der sonst vor Zehntausenden auftritt, spielte drei Stücke live für Spotify und seine vielleicht hundert Gäste. Ek will damit eine Botschaft verkünden, in Zeiten, in denen Spotify immer häufiger der Ausbeutung bezichtigt wird: einen Bruchteil von einem Cent für einen Stream? Taylor Swift hat Spotify unter Getöse ihr Repertoire entzogen, aus Protest, weil Ek ihre Kunst anbot, als wäre sie nichts wert. Darauf angesprochen, sagt D'Angelo: „Oh, lassen Sie uns damit gar nicht erst anfangen.“

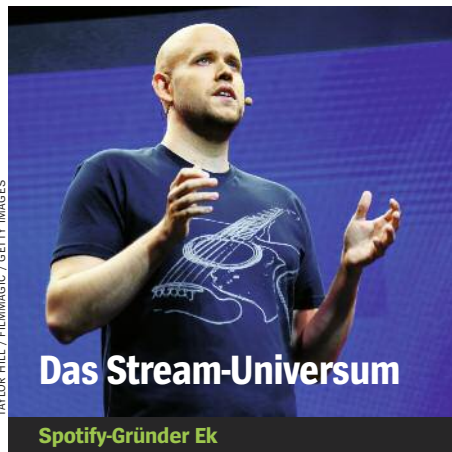
164 Milliarden Streams wurden im Jahr 2014 allein in den USA abgerufen, damit stieg ihre Anzahl um 54 Prozent. 67 Prozent aller Amerikaner streamen mindestens einmal in der Woche. Das Marktforschungsinstitut ABI Research hat vorausgesagt, dass es Ende 2018 weltweit 191 Millionen Streaming-Abonnenten geben werde und einen Umsatz von 46 Milliarden Dollar. Das wäre dreimal so viel wie der Jahresumsatz der Plattenindustrie im Jahr 2014.

Wahrscheinlich wird heute mehr Musik gehört als je zuvor. Bisher hat allerdings keiner der neuen Dienste mit dem Streaming-Geschäft auch nur einen Cent Profit gemacht. Und niemand weiß, ob sich mit Streaming je Geld verdienen lässt. Spotify hat 197 Millionen Dollar Verlust für das Jahr 2014 gemeldet. Im Juni gab das Unternehmen bekannt, dass es trotzdem weitere 526 Millionen Dollar an Kapital eingesammelt habe, von Investoren wie Goldman Sachs.

Die Gegenwart: mickrig. Musiker schimpfen über Spotify, und Spotify schimpft über die Plattenfirmen.

Die Zukunft: ungewiss, wie alles in der digitalen Welt, aber voller Möglichkeiten.

Vor einem Jahr hat sich der Rapper und Entertainment-Mogul Jay Z für 56 Millionen Dollar bei einer skandinavischen Firma eingekauft und zusammen mit Musikern wie seiner Frau Beyoncé, Kanye West, Coldplay oder Madonna das Streaming-Portal Tidal aufgemacht. Bei Tidal, das war Jay Zs Idee, sollten die Künstler gut bezahlt werden: von Musikern für Mu-



Das Stream-Universum

Spotify-Gründer Ek



R-&B-Sänger D'Angelo

siker. Allerdings hatten sie vergessen, einen Businessplan zu erstellen. Inzwischen bekommen die Musiker bei Tidal genauso wenig wie bei Spotify.

Im Juni schließlich wurde in San Francisco Apple Music vorgestellt. Endlich. Auf Apple hatten alle gewartet. Steve Jobs hatte die Musikindustrie ja schon einmal gerettet. Das war Anfang des Jahrtausends, als die Songs als illegale MP3 durchs Netz schwammen und niemand mehr glaubte, dass je ein Mensch Geld für Musik im Internet ausgeben würde: Da erfand Steve Jobs den iTunes Music Store und überzeugte die Menschen quasi im Alleingang davon, für Musik wieder zu bezahlen. Dieser Moment werde als der Wendepunkt in die Geschichte eingehen, hatte Jobs damals verkündet. Er irrte sich.

Im Jahr 2014 sind die Downloads im iTunes Store erstmals gesunken. Streamen ist deutlich billiger, und, ehrlich gesagt, auch praktischer. Apple kaufte deswegen für drei Milliarden Dollar den Kopfhörerhersteller Beats inklusive dessen defizitären Streaming-Dienst mit nur 300.000 Mitgliedern. Doch die Investition von Apple-Chef Tim Cook galt vor allem den Machern von Beats, dem legendären Hip-Hopper Dr. Dre und dem Plattenfirmenmogul Jimmy Iovine. Die beiden sind das wohl mächtigste Gespann, das das Popgeschäft in den vergangenen Jahrzehnten hervorgebracht hat. In den Neunzigern haben Dre und Iovine Gangster-Rap zu einem der bis heute prägenden Musikstile gemacht, später Weltstars wie Eminem erfunden. Die beiden sollen nun Daniel Ek und sein Spotify wie einen Haufen schwedischer Nerds aussehen lassen.

Doch als sie Apple Music schließlich im Juni vorstellten, war beinahe alles wie bei Spotify: gleicher Preis, ähnliche Playlists, erstellt von verwandten Algorithmen, vergleichbare Experten (was für Ek D'Angelo ist, ist für Apple der Rapper Drake) und ebenfalls 30 Millionen Songs zur Auswahl, was wohl so etwas wie die numerische Größe des Popkosmos zu sein scheint.

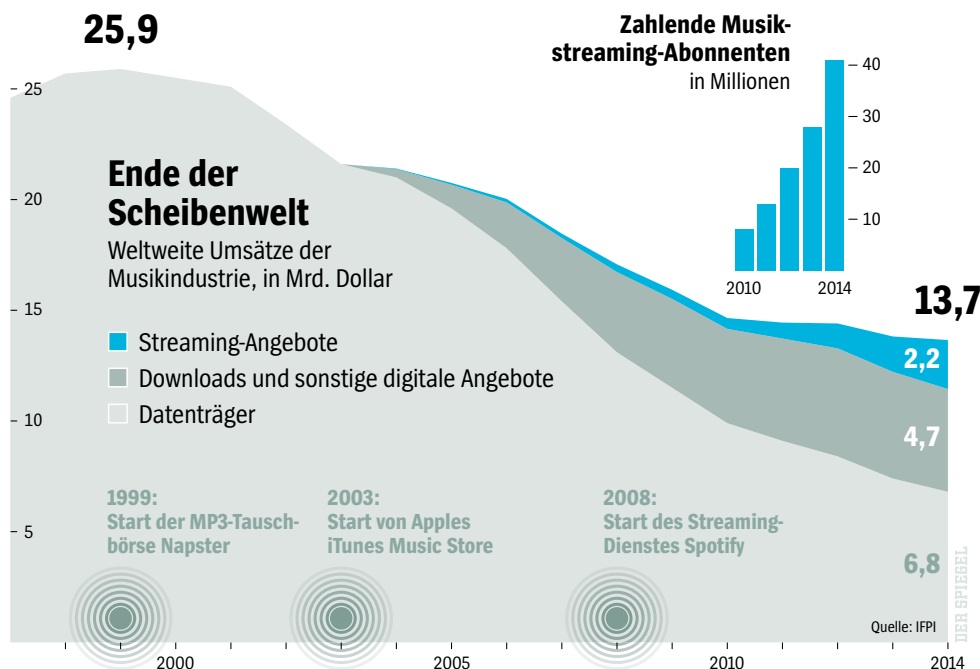
Anders als Spotify verzichtet Apple auf ein kostenloses Angebot. Wer hören will,

muss zahlen. Iovine ist überzeugt, dass die Menschen bereit dazu sind. In einer Londoner Hotellobby hatte er es im Herbst so erklärt: „Oben in meinem Hotelzimmer ist ein Wasserkocher. Wir könnten jetzt beide hochgehen und uns damit einen Tee zubereiten. Wir können aber auch hier in der Lobby sitzen bleiben, uns weiter unterhalten und den Tee servieren lassen, gegen einen geringen Preis. Viele unserer Konkurrenten betrachten sich als reine Versorgungsunternehmen, aber es wird auf Dauer nicht ausreichen, den Leuten Ozeane an Musik vorzusetzen und sie ins kalte Wasser zu schubsen. Sie brauchen Hilfe. Richtigen Service. Es gibt so viel gute Musik da draußen, die sonst nie irgendjemand finden würde.“

Tatsächlich setzen uns die Streaming-Dienste fast die komplette Musikgeschichte vor, sie geben uns Zugang zu einem Universum von Songs, wir können alle Lieder der Welt hören, aber am Ende hören wir nichts, weil die Musik selbst beliebig geworden ist und im Kosmos der totalen Verfügbarkeit kaum mehr mit Bedeutung aufgeladen werden kann.

Die Idee, dass Pop ein identitätsstiftendes Erlebnis für ganze Kohorten und Generationen sein kann, ist verloren gegangen. Zwar gibt es noch Popstars, aber niemand schafft heute, was Pop einmal konnte: die Menschen in einer bestimmten Haltung zu vereinen, so wie Elvis oder Bob Dylan, die Stones, die Supergruppen der Siebziger, die Sex Pistols oder Michael Jackson und Madonna. Heute verbindet nicht Popmusik die Menschen, sondern Snapchat, heute tritt im Zweifel eher Twitter eine Revolution los und nicht ein Song von Pharrell Williams. Früher, so formulierte es der Autor Jason Tanz im US-Magazin „Wired“, wollten junge Menschen so sein wie der Led-Zeppelin-Gitarrist Jimmy Page. Heute sei ihr Vorbild Larry Page, der Gründer von Google.

Doch was ist Popmusik noch wert, wenn sie nichts mehr kostet? Melodien oder Rhythmen, die, wenn die Sterne richtig stehen, die Menschen von Afrika bis nach Skandinavien elektrisieren wie einst die Basslinie von Michael Jacksons „Billie Jean“?





Popstar Jackson 1996

PHIL DENT / REDFERNS / GETTY IMAGES



Apple-Kritikerin Swift

UNIVERSAL MUSIC



Pop-Pionier Presley 1956

MICHAEL OCHS ARCHIVES / GETTY IMAGES

In der Geschichte der Popindustrie gab es ein paar Wendepunkte seit ihrer Erfindung Mitte der Fünfzigerjahre: Die Einführung der CD in den Achtzigerjahren, die Erfindung des MP3-Formats und die dadurch ermöglichte Piratenbörse Napster in den Neunzigerjahren, die Gründung des iTunes Music Store und damit die Etablierung des bezahlten Downloads in den Nullerjahren. Jetzt steht die nächste Umkehr an.

Überhaupt ist viel von Revolution zu hören in diesen Tagen und vom „Beginn einer neuen Welt“, wie es der um Pathos selten verlegene Rapper Kanye West ausdrückte. Auch Ek spricht von der größten Veränderung unseres Hörverhaltens seit Erfindung der Schellackplatte. Doch, wie bei Revolutionen so häufig, begreifen die Menschen sie nicht, zumindest nicht rechtzeitig. Für viele Leute, sagte Jimmy Iovine im Londoner Hotel, sei Streaming wie die NSA: „Alle reden drüber, jeder kennt es, aber niemand weiß so recht, was es ist.“

Und wie viel Platz gibt es wirklich auf diesem umkämpften Markt? Apple, Spotify, Tidal. Googles YouTube ist längst nebenbei eine Art Musikstreaming-Service und hat ebenfalls einen kostenpflichtigen Dienst angekündigt, auch Amazon bietet Musikstreams. Im Oktober, vier Monate nach seinem Streaming-Start, verkündete Apple, man habe 6,5 Millionen zahlende Mitglieder. Doch Spotify hat 75 Millionen. Dass bei Spotify lediglich 20 Millionen zahlen, während der Rest den werbefinanzierten Dienst nutzt, ist wenig Trost für Apple. Solange es die kostenlosen oder halb kostenlosen Streaming-Dienste gibt, wird Apple es schwer haben. Sie sollen Druck auf die Musiklabel ausgeübt haben, damit diese Spotify zwingen, den Umsonstbereich abzuschaffen. Das US-Justizministerium und die Federal Trade Commission ermitteln gegen Apple.

Einige Musiker proben den Aufstand. Thom Yorke von Radiohead, David Byrne von den Talking Heads und vor allem Taylor Swift verdammen Spotify öffentlich oder zogen ihre Musik zurück. Geoff Bar-

row, Kopf der britischen Band Portishead, twitterte vor einigen Monaten: „34 000 000 streams. Income After tax = £ 1700 Thank U @apple @YouTube @Spotify especially @UMG_News for selling our music so cheaply.“ Ein sarkastischer Dank an Apple, Spotify, YouTube und besonders an seine Plattenfirma Universal dafür, dass sie Barrows Musik verramschten.

Nachdem Jimmy Iovine und der Apple Vizechef Eddy Cue in San Francisco Apple Music präsentiert hatten, schickte Taylor Swift ihnen über Tumblr einen offenen Brief: „To Apple, Love Taylor“. Sie empfinde es als schockierend und enttäuschend und „völlig untypisch für diese historisch gesehen fortschrittliche und großzügige Firma“, dass sie den Autoren, Urhebern, Produzenten und Künstlern für alle Songs, die ein Nutzer während seiner dreimonatigen kostenlosen Testmitgliedschaft höre, keinen Cent bezahle. „Wir bitten euch“, so Swift, „nicht um kostenlose iPhones.“ Entsprechend solle man sie auch nicht darum bitten, Musik ohne Bezahlung zur Verfügung zu stellen. Der Weltkonzern lenkte am selben Abend ein. „We hear you“, schickte Eddy Cue als Antwort über Twitter.

Dass die Streaming-Dienste bei vielen Musikern in schlechtem Ansehen stehen, hat auch damit zu tun, dass die Vertragswerke zwischen Streaming-Dienst, Plattenfirma und Künstler größtenteils geheim oder völlig undurchsichtig sind.

Zufällig, oder vielleicht auch nicht, tauchte, als Spotify seine Neuerungen der Welt erklären wollte, für ein paar Stunden im Netz ein vertraulicher Vertrag zwischen Spotify und dem Labelgiganten Sony auf. Dem Vertrag, abgeschlossen im Jahr 2011, kurz bevor Spotify in den USA an den Markt ging, war zu entnehmen, dass der Streaming-Dienst möglicherweise nicht der Böse in diesem Spiel war: Für drei Jahre Zugriff auf den Sony-Bestand hat Spotify der Plattenfirma 42,5 Millionen Dollar allein an Vorschüssen gezahlt. Was Sony mit diesem Geld gemacht hat, ob das Unternehmen es je an seine Musiker weitergegeben hat, ist unklar. Daniel Ek sagt,

dass es um viel mehr gehe als um jene 42,5 Millionen. Spotify habe insgesamt schon drei Milliarden Dollar an Rechteinhaber gezahlt, allein in den ersten vier Monaten des Jahres 2015 seien es 300 Millionen gewesen.

Aber was genau zahlt Spotify tatsächlich? Die Einnahmen aus Abonnements und Werbung werden monatlich in Relation zu der Anzahl ihrer monatlichen Streams ausgezahlt, minus einer Servicegebühr von 30 Prozent.

Das Geld aber bekommen die Plattenfirmen. Wie viel sie davon an ihre Künstler weiterreichen, hängt ab von den jeweiligen Verträgen der Künstler. Wenn Geoff Barrow von Portishead sagt, dass 34 Millionen Streams ihm über alle Kanäle lediglich 1700 Pfund eingebracht haben, bedeutet das vor allem, dass er schlechte Verträge mit seiner Plattenfirma hat oder zumindest so alte, dass dort die Rechte für die digitale Vermarktung nicht berücksichtigt sind.

2013 hat Spotify einmal echte Zahlen, wenn auch anonymisiert, veröffentlicht. Für die Streams eines globalen Hitalbums, so von Lady Gaga oder Taylor Swift, wurden 425 000 Dollar im Monat an die Rechteinhaber gezahlt, für ein Top-Ten-Album immer noch 145 000 Dollar, für ein gehyptes Indie-Album 76 000 Dollar monatlich, für ein zeitloses Rockalbum 17 000 Dollar und für ein Indie-Nischenalbum immerhin noch 3300 Dollar. Das klingt ganz in Ordnung. Wo sonst verdient ein Indie-Nischenkünstler mehr als 3000 Dollar im Monat? Im untergegangenen Plattengeschäft des analogen Zeitalters sicher nicht.

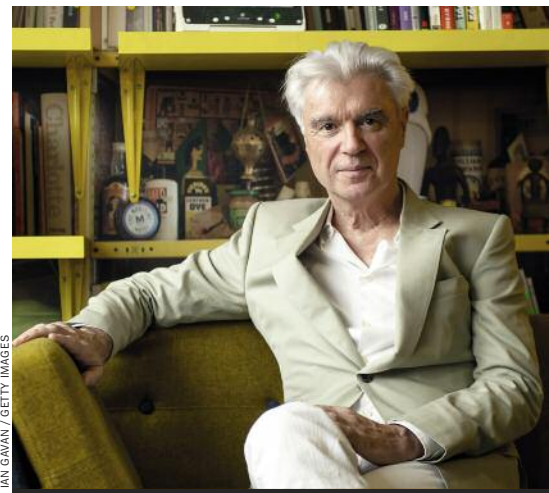
David Byrne ist seit vierzig Jahren im Musikbusiness. Er hat die guten Zeiten erlebt, die sehr guten und schließlich den Niedergang. 1975 hat er in New York die New-Wave-Band Talking Heads gegründet, heute eine der einflussreichsten Popgruppen des 20. Jahrhunderts. Als Byrne vor ein paar Jahren mal wieder eine Abrechnung seiner Plattenfirma Warner bekam, war darauf auch ein Betrag für Einkünfte aus Streaming vermerkt. Wie dieser Betrag zustande kam, konnte ihm bei Warner niemand erklären. Also schickte Byrne der Firma einen



Tidal-Gründer West, Jay Z



Apple-Chef Cook



Musiker Byrne

Wirtschaftsprüfer ins Haus, doch auch der konnte keine Klarheit darüber schaffen, wie Streams abgerechnet werden.

„Es gibt“, sagt David Byrne, „eine große schwarze Box, in der die Labels die Einkünfte verstecken, die sie mit Streaming machen.“ Byrne ist ganz in Weiß gekleidet und sitzt in einem Café im New Yorker Stadtteil Chelsea, er ist mit dem Fahrrad da, manchmal kommen Passanten und wollen ein Foto.

Durch den geleakten Vertrag zwischen Sony und Spotify, sagt Byrne, sei ihm klar geworden, dass seine Plattenfirma dreifach an den Streams verdiene: durch die Vorschüsse der Streaming-Dienste, zweistellige Millionenbeträge, durch die Rechte an den gesamten Repertoires der Musiker und vor allem, im Fall von Spotify, daran, dass Sony selbst Anteile an Spotify besitzt.

Ein Teil des Deals zwischen den drei Majorlabels Universal, Warner und Sony besteht darin, dass die Streaming-Dienste für die Nutzung des Musikangebots mit Anteilsaktien gezahlt haben. Im Falle von Spotify entspricht das Hunderten von Millionen Dollar: Geld, das natürlich nicht an die Künstler weitergegeben wird, sondern in der Konzernkasse verschwindet.

Bei Apple hatte Byrne sich auch gemeldet. Hallo, David Byrne hier. Ich war mal der Chef der Talking Heads. Die Talking Heads, das werden Sie nicht wissen, waren Ende der Siebzigerjahre für eine kurze Zeit einmal so bedeutend wie heute Apple.

Er wolle wissen, nach welchem System Apple Tantiemen auszahlt. Diese Informationen, sagte Apple, würden sie nur an die Copyright-Inhaber herausgeben. Aber David Byrne besitzt nicht das Copyright für die meisten seiner Alben.

In der New Yorker Spotify-Zentrale, dem zweitgrößten Standort nach Stockholm, gibt es keine Büros, stattdessen offene Küchen, Lounge-Sofas, eine Bibliothek und eine Werkstatt, falls plötzlich jemand mal etwas Handfestes bauen möchte. Nicht einmal Daniel Ek habe ein Büro, sagen die Mitarbeiter hier. Er sitze meist mit seinem Laptop irgendwo auf einem Sofa. Vinylplatten liegen in Stapeln herum, ganz oben

auf einem Haufen Beethovens drittes Klavierkonzert in der Wiener Aufnahme von Karl Böhm und Maurizio Pollini. Als hätte man sich vorbereitet auf den Besuch der analogen Medienwelt.

Ken Parks war hier dafür zuständig, wie welche Künstler präsentiert werden, wer auf welche Playlists kommt und wer sie erstellt. Wenn man es mit früher vergleichen wollte, wäre Parks der Boss des weltgrößten Plattengeschäfts, der entscheidet, was im Regal nach vorn gestellt wird. Zuletzt stand auf Parks' Visitenkarte Chief Content Officer, er war seit den Anfangstagen von Spotify dabei und hat damals die Rechte-Verhandlungen mit den Labels geführt. Vor Kurzem hat er Spotify nach acht Jahren verlassen.

Parks, der zuvor selbst bei einer großen Plattenfirma war, hatte früh begriffen, dass Spotify nicht nur wie eine Techfirma wirken darf. Er sagt, lange schon denke Spotify über anderes nach. Spotify möchte zu seinen Hörern sprechen wie ein Individuum, Spotifys Algorithmen wissen, zu welchen Zeiten welche Nutzer sich welche Songs anhören. Sie wissen mit großer Wahrscheinlichkeit auch, wo die Nutzer sind und was sie gerade tun. Beim Sport, in der Universität oder auf dem Weg zur Arbeit: „Wir haben die Daten unserer Nutzer aus all den Jahren seit 2008“, hatte Daniel Ek hinter der Bühne in New York gesagt. „Das ist ein riesiger Schatz. Wir sehen, wie Menschen sich verhalten. Sie haben all diese Musik ständig bei sich. Und wir wissen, was sie damit machen. Eine Million Menschen zum Beispiel schlafen jede Nacht mit Spotify ein.“

Die Zukunft des Musikhörens besteht laut Ek nicht darin, dass wir stets und überall eine gesamte Musiksammlung zur Verfügung haben. Die Zukunft besteht darin, dass die Musik sich an unsere jeweilige Stimmung anpasst, an unser Verhalten, unser Handeln. Spotify kennt unseren Beziehungsstatus auf Facebook, Spotify weiß, dass wir uns möglicherweise gerade getrennt haben, und schickt Lieder zum Liebeskummer. Ek liefert, wenn man so will, den Soundtrack zu einem Film, der unser Leben ist. Nicht um Musik geht es hier. Es gehe, wie Ek sagt, um „Momente“.

Was er als Fortschritt betrachtet, ist in Wirklichkeit die Entmachtung des Hörers. Der Musikhörer in Eks Welt trifft keine souveräne, auf Wissen, Gefühl und Erfahrung basierende Entscheidung über die Musik, die er hören möchte. Er legt diese Entscheidung in die Hände von Daniel Ek und Ken Parks sowie deren Experten und Algorithmen, die besser wissen, was wir wollen. Der Algorithmus, der die Playlists herstellt, interessiert sich nicht mehr für den einzelnen Künstler, sondern nur für eine Stimmung, die dessen Song erzeugt. Playlists haben Namen wie „Songs to Sing in the Shower“, „Re-Energize“, „Happy to Be Home“ oder „Beer 'n' Burgers“.

Für den britischen Popkritiker Simon Reynolds entsteht so „der Konsument, wie ihn sich die Musikindustrie wünscht – Allesfresser, unparteiisch, eklektisch bis zur Promiskuität, der schmerzfrei durch ein Meer von angenehmen Klängen treibt“.

Das ist das Ende von der Idee der Popmusik als Identitätsstiftung. Die Abkehr von der Vernunft war das Motiv des Pop, seit 1955 Teenager begannen, unanständige Musik in den Wohnzimmern der Eltern zu spielen. Spotify hätte diesen Teenagern, den ersten Rebellen des Pop, sicher andere Musik empfohlen.

Stellten die Teenager der Fünfzigerjahre die erste Generation des Pop, gehört Daniel Ek vielleicht zur letzten. Er war einer jener Kids, die um die Jahrtausendwende die illegale Internet-Musiktauschbörse Napster entdeckten und sich eben mal den Popkanon der vergangenen Jahrzehnte auf ihre Rechner herunterladen, ohne dafür zu bezahlen.

Im Jahr 2000, Ek war damals 17 und kannte sich mit Computern aus, begann er in seinem Kinderzimmer in einem Vorort von Stockholm seine eigene popmusikalische Erziehung. Vor Napster kannte er nur die schwedische Band Roxette. Nun klickte er sich durch die illegale Tauschbörse und fand Metallica und deren Vorbilder Led Zeppelin; er entdeckte die Beatles, von dort aus war es nicht weit zu David Bowie, auf seiner Entdeckungsreise landete er beim Britpop der Neunzigerjah-



Metallica-Schlagzeuger Ulrich



Popstar Madonna 1985

re und deren Vorbildern im Punk, den Sex Pistols und The Clash. Ek begann zu verstehen, wie Kultur funktioniert. Es war seine prägende Erfahrung.

Leute wie Ek, die heute die Musikindustrie retten sollen, waren damals so etwas wie die Antichristen. Die „lost generation“ hatte die Musikindustrie diese Kids ursprünglich genannt, von denen man annahm, dass sie nicht mehr bereit sind, für Musik zu bezahlen. Doch jetzt ist die lost generation dabei, die Industrie zu retten.

Sean Parker, einer der beiden Napster-Gründer, sitzt heute im Verwaltungsrat von Spotify und packt mit an, der Musikindustrie wieder auf jene Beine zu helfen, die er ihnen vor 15 Jahren weggekickt hat. Damals lieferte sich Parker epische Schlachten vor Gericht gegen die Musikindustrie und vor allem gegen die Band Metallica, die Napster auf Millionen verklagt hatte.

Lars Ulrich war damals der große Gegner. Er ist einer der beiden Köpfe und Schlagzeuger von Metallica. Ulrich hatte es gewagt, gegen Napster anzutreten – und hat dafür die Verachtung einer ganzen Generation geerntet: Der vermeintliche Rebell, der Heavy-Metal-Multimillionär, gönne den Kids die Musik nicht, weil er noch mehr verdienen wolle.

Heute spricht Ulrich über Daniel Ek als „Danny“, er war einer der ersten Rockmusiker, die Spotify öffentlich unterstützt haben. Macht es denn für ihn, tatsächlich einen solchen Unterschied, ob er einen Bruchteil eines Cents für einen Stream bekomme wie bei Danny oder gar nichts wie damals bei Napster?

„Einen großen Unterschied“, sagt Ulrich am Telefon aus San Francisco, wo er seit ein paar Jahren an einem neuen Metallica-Album fummelt. „Dieser Unterschied heißt Choice.“ Ulrich sagt, er möchte eine Wahl haben, ob seine Musik, für welchen Preis auch immer, irgendwo zu haben ist. Allerdings habe er damals nicht verstanden, dass die Piraterie-Szene auch eine Jugend-Subkultur gewesen sei, ganz ähnlich der Heavy-Metal-Szene, aus der er kam. Ulrich sagt, er sei es satt, pseudo-

intellektuelle Diskussionen darüber zu führen, wie sehr viel besser und romantischer und integrierender die Popwelt war, bevor irgendjemand wusste, wie man MP3 schreibt, oder bevor der böse Sean Parker von Napster um die Ecke kam.

Heute verstehe er, sagt Ulrich am Telefon, was Napster kulturell für eine geniale Erfahrung gewesen sein müsse. Es sei eben nur kein tragfähiges oder moralisch legitimierbares Businessmodell gewesen. Außerdem stellte sich die Handhabe des Programms als zu mühsam heraus. Erst musste man die Viren fürchten, später das FBI.

Napster, so hat es Steve Jobs zu der Einführung des iTunes Music Store im Jahr 2003 formuliert, habe bewiesen, dass das Internet wie gemacht dafür sei, Musik unter die Menschen zu bringen. Ek hat nach dem Ende der Napster-Tauschbörse 2001 immer wieder darüber nachgedacht, wie ein Angebot aussehen müsste, das die Napster-Erfahrung biete, aber trotzdem legal wäre. Er erinnerte sich an einen anderen Satz von Jobs: 80 Prozent der illegalen Downloader wollen keine Piraten sein. Aber sie seien es, weil es keine Alternative gebe.

Ek war ein talentierter Programmierer, der schon mit 14 eigene Internetprodukte schrieb. Mit Anfang zwanzig gründete er eine Internet-Werbeagentur, die er 2006 für viele Millionen verkaufte. Er legte sich einen Ferrari zu und ging mit hübschen Frauen aus, so wie es sein Vorbild Sean Parker gemacht hatte.

Wenn Ek und Parker heute über Napster reden, sprechen sie nicht von einer illegalen Website, sondern von einem Traum, der zerstört wurde. Parker hatte seit den Napster-Tagen immer wieder gesagt, er habe nach einem Weg gesucht, seiner Tauschbörse eine legale Grundlage zu verschaffen. Er habe mit den Labels über ein Bezahlmodell verhandelt. Doch für die war er der Teufel, sie wollten ihn killen.

Und so war es Daniel Ek, der sieben Jahre nach dem Napster-Ende Parkers Werk vollendete. Ek beauftragte den besten Programmierer, den er kannte, das schnellste Streaming-Protokoll zu entwickeln, das es je gegeben hat: kein Down-

load von Musikdateien auf den Rechner mehr, die Musik wird woanders nur noch temporär zur Verfügung gestellt. Ek verkaufte seinen Ferrari und sein Penthouse und zog wieder in die Vorstadt. Er musste sich jetzt konzentrieren.

Spotify ging 2008 an den Start, zunächst nur in Schweden und in ein paar anderen europäischen Ländern. Die Rechte für die USA hatte Ek nicht bekommen, die amerikanischen Label hatten ihn erst gar nicht vorgelassen: ein Programmierer aus Schweden, der Musik im Internet streamen und das mit Werbung finanzieren will? Doch tatsächlich stiegen die Umsätze der schwedischen Musikindustrie nach der Einführung von Spotify innerhalb von drei Jahren um ein Drittel. Im Jahr 2009 kam eine E-Mail von Sean Parker, seinem Idol.

Parker schrieb, er sehe in Spotify den legitimen Nachfolger von Napster. Er war nach Napster eine Zeit lang Präsident eines Start-ups namens Facebook und bot nun an, sich für Ek um die US-Rechte zu kümmern. Parker hatte mehr Glück als Ek, auch wenn sich die Labels immer noch schwertaten, mit denjenigen zu verhandeln, die sie für ehemalige Piraten hielten.

„Aber wir hatten keine Wahl“, sagt Rob Wells, damals das digitale Mastermind bei Universal. „2009, als Daniel zu uns kam, waren wir nach wie vor in einer katastrophalen Lage. 2007 wurden 95 Prozent der Musik illegal gehört.“ Wells sagt, er habe in dem jungen Schweden eine Art letzte Chance gesehen, auch wenn er den Napster-Mann Parker im Schlepptau hatte. Diese Expiraten waren den Technikern bei den Labels immer noch um Jahre voraus.

Es gehört zu den Widersprüchen des Streaming-Siegeszugs, dass er ohne die Phase des illegalen Downloadings nicht denkbar gewesen wäre. Der New Yorker Autor Stephen Witt hat gerade ein Buch dazu veröffentlicht. Allein sein Titel ist eine Provokation: „How Music Got Free“.

Witts Buch beginnt Anfang der Neunzigerjahre in Erlangen, wo am dortigen Fraunhofer-Institut zwei deutsche Informatiker an einem Musikkompressionsformat arbeiteten, das sie MP3 nannten. Obwohl



Spotify-Nutznießer Pope

PHOTOSHOT / INTERTOPICS



Pop-Entdeckung Lorde

CHAD BATKA / NYT / REDUX / LAIF



Teenager bei Presley-Konzert 1956

MP3 allen bisherigen Formaten überlegen war, interessierte sich kaum jemand dafür. Erst kurz bevor die Deutschen Ende der Neunziger aufgeben wollten, wurden MP3 und der zugehörige Player plötzlich populär. Denn das Format eignete sich perfekt, um Musikdateien zu komprimieren und im Netz zu verteilen.

Das Buch erzählt parallel die Geschichte eines Angestellten in einem der größten CD-Presswerke der USA, in einer Kleinstadt in North Carolina. Dell Glover hatte auf so etwas wie die MP3-Datei aus Erlangen nur gewartet. Er schmuggelte alle großen Popneuheiten Wochen vor ihrem Erscheinen aus dem Presswerk und speiste sie ins Darknet, wo damals alle möglichen illegalen Dateien getauscht wurden, Filme, Musik, Videospiele.

Witt schreibt, es sei damals nur eine kleine Szene gewesen, 2000 Menschen höchstens, die schließlich eine ganze Industrie ins Wanken bringen sollte.

Ron Pope ist ein Musiker aus New York. Ein Singer-Songwriter mit schwarzem Bart, geflochtenem Zopf und Bandana. In seiner Heimat Brooklyn kennt man ihn kaum, auch nicht in Deutschland, aber in Skandinavien spielt er vor Tausenden von Zuschauern. Pope ist ein Spotify-Star. Und weil in Skandinavien Spotify so verbreitet ist, kennt jeder Ron Pope. Pope macht von Folk und Country beeinflussten Singer-Songwriter-Pop, wie er im Moment modern ist, ein hervorragender Sänger, der mehrere Instrumente spielt.

Vor allem macht er alles selbst: ohne Plattenfirma, ohne Management, ohne Verlag, ohne feste Band. Die Musiker zahlt er aus eigener Tasche, genauso die Konzertagentur, aber vor allem hat er eine Firma namens Tunecore beauftragt, die seine Musik bei Spotify und anderen Plattformen platziert. Pope bekommt nicht wie Künstler mit Plattenvertrag 15 Prozent seiner Tantiemen, sondern 100. Pope sagt, er habe in einem Jahr 250 867,86 Dollar mit Musikstreams verdient. Er hat sich davon ein Haus in Nashville gekauft, eine Südstaatenvilla mit hölzerner Veranda.

Daniel Ek hatte bei dem Treffen in New York davon gesprochen, welch große Rolle das Entdecken neuer Künstler auf Spotify spiele. Niemand müsse mehr in einen Plattenladen nach London reisen, denn es gibt

Endlosrille

Vinyl Eine tot geglaubte Industrie lebt auf: Schallplatten werden gekauft wie lange nicht mehr. Doch es gibt zu wenige Pressmaschinen.

Sie läuft 24 Stunden am Tag. Ein Geruch wie von verbrannten Reifen hängt in der Luft, Geräusche wie bei einem Zahnarzt. Toolex Alpha saugt schwarze Kügelchen aus PVC-Granulat auf, spuckt einen Puck aus, presst ihn unter dem Druck von hundert Tonnen zu einer Scheibe. Sie wiederholt den Vorgang mehr als 2800-mal täglich. Toolex Alpha presst Schallplatten aus Vinyl. Eine der letzten Maschinen ihrer Art.

30 Pressmaschinen stehen in den Hallen von Optimal Media, dem größten Arbeitgeber in der Kleinstadt Röbel an der Mecklenburger Seenplatte, einer der fünf verbliebenen Vinylfabriken in Europa. Hier lebt eine Industrie weiter, die man vor knapp drei Jahrzehnten fast begraben hat.



Vinylpressung bei Optimal Media
18 Millionen Platten

MARTIN MAI / DER SPIEGEL

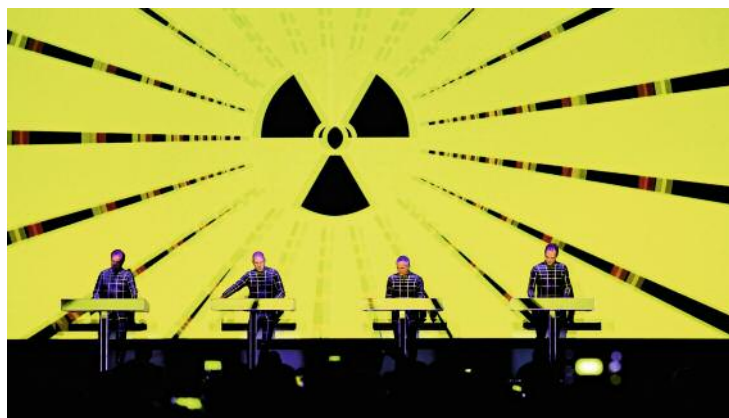
Neben den Maschinen stehen Eimer mit dem Öl, das aus den Schläuchen tropft. Die letzte Toolex Alpha lief 1984 im schwedischen Sundbyberg vom Band, ein Relikt aus einer Zeit, als „digital“ noch ein rein technischer Begriff war. Lange war es egal, ob neue Maschinen produziert wurden. Heute ist es ein Problem – weil die Schallplatte zurück ist.

Platten werden so oft gekauft wie seit mehr als 20 Jahren nicht mehr. 2014 waren es in Deutschland 1,8 Millionen Stück, rund 30 Prozent mehr als im Vorjahr. In den Neunzigern und frühen Nullerjahren waren es wenige Hunderttausend. Aber auch heute noch bestimmen CD-Verkäufe zwei Drittel des Musikmarkts, fast 90 Millionen Stück, die Vinylplatte liegt bei knapp drei Prozent. CDs aber werden immer weniger gekauft, Schallplatten immer mehr.

Weltweit stieg 2014 der Vinylabsatz sogar um über 50 Prozent. Das „Wall Street Journal“ sprach vom „Musik-Comeback des Jahres“. In einer Zeit, in der Rapper wie Jay-Z und Konzerne wie Apple Streaming-Dienste gründen, setzen Kolle-

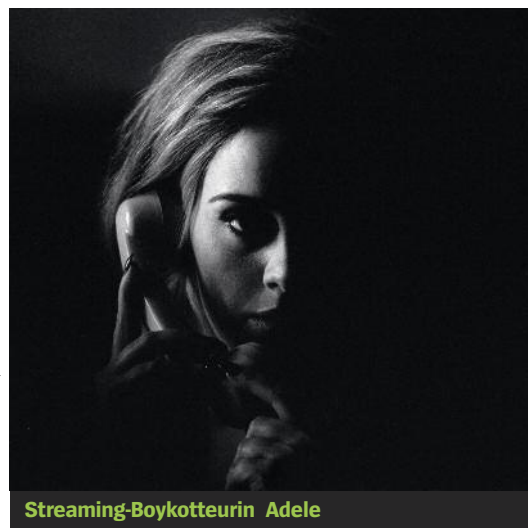


A. Y. OWEN / THE LIFE IMAGES COLLECTION / GETTY IMAGES



JOHN MACDOUGALL / AFP

Kraftwerk-Konzert in der Neuen Nationalgalerie



LINK MEDIA / ACTION PRESS

Streaming-Boykotteurin Adele

ja alles in der Spotify-App inklusive Experten wie D'Angelo, die neue Musik empfehlen, oder Berühmtheiten wie US-Präsident Obama, der seine Lieblingssongs aufzählte (viel Soul, Bob Dylan, die Stones, Coldplay, Justin Timberlake, bis hin zu Hipsterzeug wie Florence + the Machine). Zwei Milliarden Entdeckungen würden im Monat auf Spotify gemacht, sagte Ek, Sängerinnen wie Lorde würde es nicht geben ohne Spotify.

Der Anspruch, der sich dahinter verbirgt, offenbart sich in dem Begriff, den Ek, Parks oder Iovine für ihre Arbeit reklamieren und den sie zur Sicherheit aus der Kunst geborgt haben: Kuratieren. Das Wort suggeriert, dass Bedeutung erzeugt wird, indem Dinge neu angeordnet werden. Die Aufgabe des Kurators sollen da-

bei immer weniger die Algorithmen übernehmen, die bei Amazon Bücher empfehlen, sondern menschliche Experten.

Und so strömt diese kuratierte Musik wie eine entwertete, hoch inflationäre Währung in unsere Telefone. Sie kommt aus dem 4G-Stream wie der Strom aus der Steckdose. „Je weiter wir im 21. Jahrhundert voranschreiten“, hat neulich Bill Drummond von dem Technoprojekt The KLF gesagt, „werden wir Musik wollen, die nicht immer und überall gehört werden kann. Wir werden anfangen, nach Musik zu suchen, die unmöglich einfach nur ein Soundtrack sein kann.“

Während Popmusik als All-you-can-eat-Ware immer wertloser wird, steigt ihr Wert als historisch-museales Phänomen. Gruppen wie Kraftwerk präsentierten überwäl-

tigt von der eigenen historischen Bedeutung ihre Alben lieber in Museen: Als brauchte Pop inzwischen diesen institutionellen Rahmen, damit ihm überhaupt noch Sinn zugestanden wird.

Mainstream-Pop aber funktioniert heute am besten, wenn er sich aller Bedeutungen entledigt hat, bar aller Voraussetzungen und Verweise, frei von Referenzen und Ballast. Pop hört auf, Pop zu sein, wenn man ihm das Bezugssystem entzieht. Was bleibt, ist schöne Musik, die die Menschen vereint.

Niemand hat diese Art von ideologiefreiem Post-Pop so perfektioniert wie die britische Sängerin Adele. Ihr im November erschienenes Album „25“ ist gerade dabei, das erfolgreichste Album seit Jahrzehnten zu werden. Musikalisch markiert es die

gen wie der Rockstar Jack White lieber auf alte Pressmaschinen: Er und sein Label Third Man Records arbeiten eng mit dem Presswerk United Pressing zusammen.

Neben Klassikern wie der Anthologie „The Beatles in Mono“, von der in Röbel 700.000 opulent verpackte LPs produziert wurden, erscheinen Neuveröffentlichungen gern auch auf 180-Gramm-Vinyl, das klanglich nicht nachweislich besser ist, aber hochwertiger wirkt, oder als farbige Pressungen in kleinen Auflagen, als limitierte Sammlereditionen, versehen mit einem Download-Code, damit der Käufer die Musik nicht nur auf dem Plattenspieler, sondern auch über den Laptop oder das Smartphone hören kann.

Die Vinylplatte hat ein Update hinter sich, obwohl sie unpraktischer ist als eine CD. Ihre Fertigung ist komplizierter, teurer und anfälliger für Fehler. Die vielen Arbeitsschritte erfordern Apparate und Fachleute, die es kaum noch gibt: von der Galvanik, einem elektrochemischen Verfahren, bei dem ein wenige Millimeter dünnes Negativ für die Pressungen erstellt wird, über eine Qualitätskon-

trolle erster Abzüge, die von einem sogenannten Mutterstecher unter dem Mikroskop durchgeführt wird, hin zum Prüfen der gepressten Platten. Das Pressen einer Vinylplatte dauert 30 Sekunden, bei einer CD sind es 3. Kostet eine Vinyl in der Herstellung einen Euro, sind es bei einer CD 20 Cent.

„Viele haben nicht geglaubt, dass sie je wiederkommt“, sagt Peter Runge, Produktionsleiter bei Optimal Media, in deren Hallen mehr als 650 Mitarbeiter neben Schallplatten auch Cover, Bücher und digitale Datenträger herstellen.

Als die Schallplatte abgeschrieben wurde, wandte sich die Firma gegen den Trend und baute in den Neunzigern ihr Presswerk. Hier pressen Indie-Labels ihre kleinen Auflagen, hier werden die Kataloge von Größen wie Kraftwerk, David Bowie oder Led Zeppelin ausgewertet. Allein in diesem Jahr sollen es 18 Millionen Schallplatten werden. Plattenfirmen müssen sich längst schon auf lange Presszeiten einstellen, weil die Kapazitäten der Maschinen dem Bedarf nicht nachkommen können.

„Die Pläne für neue Maschinen haben wir in der Schublade“, sagt Runge, „aber keiner nimmt einen sechs- bis siebenstelligen Betrag in die Hand, wenn er nicht weiß, ob sich das je wieder einspielt.“ Niemand kann einschätzen, wie lange das Comeback anhält. Und jeder spekuliert, warum es gerade jetzt kommt.

Dominik Bartmanski, Kulturosoziologe mit Yale-Abschluss und Koautor des Buchs „Vinyl. The Analogue Record in the Digital Age“, sagt: Wenn der digitale Musikkonsum zum Alltag geworden sei, werde das Kaufen und Auflagen von Schallplatten zu einem Ritual, das Kultur schafft. Ein Ritual, für das man sich Zeit nehmen muss und Expertise braucht. „Du kannst heute niemanden damit beeindrucken, dass du 100.000 Songs auf deinem Computer hast“, so Bartmanski. „Mit 1000 Platten geht das schon.“ Das Konkrete an der Vinylplatte – in ihrer Klobigkeit, mit ihren Knacksern – übt einen Reiz auf eine Generation aus, die es gewohnt ist, perfekte Produkte im Zeitalter ihrer digitalen Reproduzierbarkeit vorzufinden.

Jurek Skrobala

Rückkehr in eine Zeit vor den Fünfzigerjahren, bevor Pop begann, sein Netz zu spinnen in eine Zeit, als der Rock 'n' Roll noch erfunden werden musste und Teenager noch kein Taschengeld bekamen.

Egal, woran du glaubst, wie du wählst oder was du denkst, Adele passt immer. Ihre Lieder sind eine moderne Form von Easy-Listening. Songs wie gemacht für Casting-Shows auf aller Welt, in denen junge Sänger sich üben in den Stilen der populären Musik. Eine moderne Form von Klassizismus. Eine gute Stimme, Intonation und vor allem viel Pathos zählen. Es ist Musik, die niemandem etwas abverlangt, die aber jedes Weihnachtsessen retten kann, bei dem zu viel Streit hochkommt: einfach Adele anmachen. Perfekte Musik zum Streamen.

Die Tragik ist bloß, dass „25“ von Adele bei Spotify nicht zu hören ist. Auch nicht bei Apple Music oder Tidal. Adele hat das Album sperren lassen. Aus gutem Grund: In den USA verkaufte sich so die CD allein in der ersten Woche nach Erscheinen 3,38 Millionen Mal.

Kann man also, wenn man nur berühmt genug ist, immer noch so viele CDs verkaufen wie in der Neunzigern? Bekannt werden durch Spotify und später dann seine Musik dort sperren? Funktioniert Spotify ohne Taylor Swift, ohne Adele?

Was passiert eigentlich, wenn der nächste Massenpopstar sein neues Album ebenfalls sperren lässt? Und dann der übernächste? War es das dann für Spotify, Tidal, Apple Music? Dann hätte die Musikindustrie ihre Zukunft nach den gescheiterten Verhandlungen mit Napster vor 15 Jahren ein zweites Mal verspielt. Streaming verändert die Art, wie wir Musik hören. Streaming beeinflusst auch, wie Musik heute klingt und welche erfolgreich ist. Das kann einem gefallen oder nicht. Aber Streaming abzulehnen wäre, als hätte man den Buchdruck boykottiert mit dem Argument, die Leute verlernten sonst, sich Geschichten zu erzählen.

Und dann wurde es Weihnachten. Paul McCartney und Ringo Starr, die Erben von John Lennon und George Harrison ließen am Heiligen Abend die Lieder der Beatles auf allen gängigen Streaming-Plattformen freischalten. Spotify und Apple schickten jubelnde Mitteilungen heraus, die Beatles seien da! Die größte Lücke im Streaming-Angebot war geschlossen, hatte das Fehlen der Beatles Eks und Parkers Traum doch zuvor wie ein Lippenbekenntnis wirken lassen: alle Songs der Welt, 30 Millionen, der ganze Popkosmos, jawohl, aber leider nicht die Beatles, der Inbegriff des Pop.

Daneben schien das Theater von Taylor und Adele ein bisschen mickrig.

Twitter: @oehmke

Mitarbeit: Andreas Borcholte

Schlachthaus Amerika

Kino Der Regisseur Alejandro González Iñárritu ist einer der großen Wahnsinnigen Hollywoods. Er erzählt, wie er Leonardo DiCaprio für den grandiosen Western „The Revenant“ gequält hat.

War das nun eine Premierenfeier oder ein Veteranentreffen? Als der Regisseur Alejandro González Iñárritu Mitte Dezember in Los Angeles seinen Film „The Revenant“ vorstellte, redeten die Schauspieler über die Dreharbeiten wie über eine Schlacht, die sie unter schweren Verlusten gewonnen hatten.

Leonardo DiCaprio erzählte Journalisten, er sei mitten im kanadischen Winter bei minus 20 Grad in einen Fluss gesprungen, immer und immer wieder. Für eine andere Szene habe er in einen Tierkadaver kriechen müssen. „The Revenant“ sei der härteste Film seiner Karriere gewesen.

Als „Hölle auf Erden“ beschrieben Mitglieder des Teams die Dreharbeiten. Er habe monatelang trainiert wie ein Boxer, um sie durchstehen zu können, sagt der 52-jährige Regisseur.

Niemand, der an diesem Film beteiligt war, will offenbar auch nur den geringsten Zweifel daran lassen, dass er aus Blut, Schweiß und Tränen gemacht ist. Das mag Teil der Wahrheit sein, ebenso sicher aber ist es auch Teil der Werbung.

„The Revenant – Der Rückkehrer“ ist ein grandioses Epos des Leidens über einen Trapper, gespielt von DiCaprio, der Anfang des 19. Jahrhunderts in den Rocky Mountains bei einem Bärenangriff schwer verletzt und von seinen Weggefährten halb tot zurückgelassen wird.

Über ein halbes Jahr lang zogen sich die Dreharbeiten hin, fernab der Zivilisation, erst in Kanada, dann in Argentinien. Einige Mitglieder des Teams gaben entnervt auf. Das Budget stieg auf 135 Millionen Dollar, „The Revenant“ ist einer der teuersten Western der Kinogeschichte.

Iñárritu ist stolz wie ein Entdecker, der eine neue Welt erobert und von dort niemals zuvor gesehene Bilder mitgebracht hat, als er seinen Film auf dem Gelände der Universal Studios vorführt. Ihm sind Totalen von erhabener Schönheit gelungen.

„So einen Film kannst du nicht im gut geheizten Studio mit einer Tasse Kaffee in der Hand drehen“, sagt er. „Du musst raus in die Wildnis.“ Iñárritu zieht an seiner E-Zigarette und grinst. „Du solltest dir vorher allerdings gut überlegen, ob du wirklich mit einem irren Mexikaner in die Eiswüste ziehen willst.“

Iñárritu ist einer der großen Wahnsinnigen des Gegenwartskinos. Immer müssen

es für ihn die ganz besonders schwierigen Herausforderungen sein. In seinem Film „Babel“ verknüpfte der in Mexico City geborene Regisseur 2006 die Schicksale von Menschen in Japan, den USA, Mexiko und Marokko miteinander. Die ganze Welt in einem Film, das war sein Ziel.

Der ganze Film in einem Stück, das war 2014 die Idee bei „Birdman“, einer schwarzen Komödie über einen alternden Hollywoodstar, der sein Glück am Broadway versucht. Iñárritu drehte die Geschichte so geschickt, dass der Zuschauer den Eindruck gewann, der Film sei fast komplett in einer einzigen Einstellung entstanden.

Iñárritus Kino hat immer etwas von Kraftmeierei. Es ist vom lateinamerikanischen Machismo durchdrungen. Iñárritu will Filme mit „cojones“ machen, Filme, die sich sonst niemand zu machen traut. Wenn er ins Schwadronieren kommt, wenn er aufspringt und wild mit den Armen fuchelt, vermittelt er den Eindruck, er wäre in Hollywood allein unter Weicheiern.

2015 war sein Jahr. Im Februar gewann er mit „Birdman“ insgesamt vier Oscars. Als er die Trophäe für die beste Regie in Empfang nahm, steckte er schon mitten in der Arbeit an „The Revenant“, einem Projekt, das er nach fünf Jahren Vorbereitung endlich realisieren konnte.

Der Film geht auf den 2002 erschienenen Roman „Der Totgeglaubte“ von Michael Punke zurück, dem US-Botschafter bei der Welthandelsorganisation. Das Buch rekonstruiert den Weg des Trappers Hugh Glass, der sich 1823 durch die nordamerikanische Wildnis kämpft. Wer dieses Buch liest, denkt: Hiob war ein Glückspilz.

Mit etwas streberhafter Pedanterie trägt Punke die Ergebnisse seiner Recherchen vor, einen Schlangenbiss beschreibt er auf fünf Seiten in allen Details. „Das meiste von dem Buch haben wir weggeschmissen“, sagt Iñárritu und schüttelt seine Lockenmähne. „Wenn du einer Vorlage treu bleibst, machst du einen miesen Film.“

Die Legende von Hugh Glass sei von einer Generation an die nächste weitererzählt worden, sagt er. „Das Einzige, was von ihm geblieben ist, ist ein Brief, den er mal verschickt hat.“ Punke erzählt vom Durchhaltewillen eines weißen Pioniers. Iñárritu hat anderes im Sinn.

„Das ist offenes Land“, sagt er. „Jeder darf es betreten.“ Er meint damit das Nordamerika des frühen 19. Jahrhunderts, über