

Spotify-Nutznießer Pope

PHOTOSHOT / INTERTOPICS



Pop-Entdeckung Lorde

CHAD BARTKA / 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, welche 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.



MARTIN MAI / DER SPIEGEL

Vinylpressung bei Optimal Media
18 Millionen Platten

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.

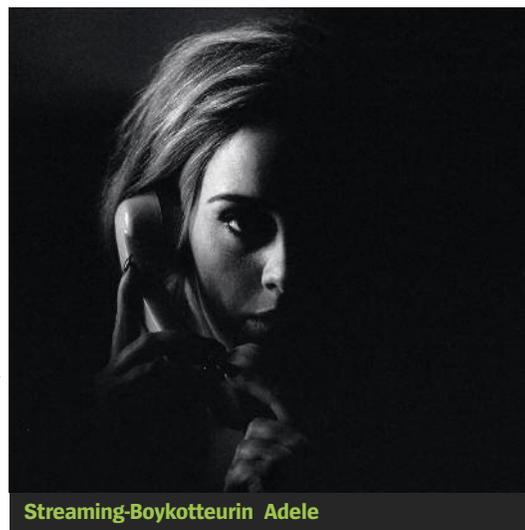
Weltweit stieg 2014 der Vinylabsatz sogar um über 50 Prozent. Das „Wall Street Journal“ sprach vom „Musik-Comeback des Jahres“. In einer Zeit, in der Rapper wie Jay-Z und Konzerne wie Apple Streaming-Dienste gründen, setzen Kolle-



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



Kraftwerk-Konzert in der Neuen Nationalgalerie



Streaming-Boykotteurin Adele

LMK MEDIA / ACTION PRESS

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 überwältigt

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 Auflegen 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 beeindruckt, 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