



# Latinos bevorzugt

Fans und Industrie haben die Musik aus Lateinamerika und der Karibik entdeckt.





*Die Stars der Latin-Music: Die kubanische Band Buena Vista Social Club (l. o.), die New Yorker Sängerin Jennifer Lopez, der puertoricanische Sänger Ricky Martin (l. u.) sowie die Buena-Vista-Mitglieder Omara Portuondo und Compay Segundo*



VON MARIANNE WELLERSHOFF

**B**erlin-Neukölln, Einkaufszentrum Sinn Leffers, Karl-Marx-Straße. Eben noch stand Ricky Martin vor der Glasfront des Elektronikmarktes, nun werfen sich dort Gino, R-Mel und Ry-Man in Pose. „Ich habe auch einen guten Oberkörper, wollt ihr mal sehen?“ ruft Ry-Man den Mädchen zu, die im lockeren Gänsemarsch durch die Waschmaschinen-Abteilung ziehen. Aber sie hören ihn nicht, und sie sehen auch nicht die hagere Teenagerbrust, als der junge Türke sein weißes T-Shirt hochzieht. Denn die Mädchen wollen jenen Augenblick so lange wie möglich in die Gegenwart retten, als sie vor dem Autogrammtisch standen, Ricky Martin ihre CDs signierte und sie für eine viertel Sekunde anlächelte. O Ricky.

„Wie der die Mädchen anzieht“, sagt Ry-Man, hin- und hergerissen zwischen Bewunderung und Spott. „Das ist doch ein Weichei“, erklärt R-Mel, und seine beiden türkischen Freunde stimmen grölend zu. Sie sind trotzdem zur Autogrammstunde gekommen, um sich von Ricky Martin, 27, soviel wie möglich abzuschauen: Sie wollen Popstars werden, Martin ist schon einer.

„Livin' la Vida Loca“ heißt dessen Sommerhit, und spätestens seit vor zwei Monaten sein Album erschien, führt Martin das im Songtitel angekündigte verrückte Leben – das eines Superstars. Auf Platz eins der Hitparade stieg die Platte in den USA, in Kanada, Australien und

## Die Latin-Popstars sprengen die Grenzen zwischen zwei Sprachen und zwei Kulturen

Finnland, in Deutschland, Spanien und Griechenland kam sie auf Platz zwei. 660 000 Alben wurden in den USA allein innerhalb einer Woche verkauft. Martin rast unterdessen von Kontinent zu Kontinent, signiert Autogrammkarten, singt bei „Wetten, daß ...?“, gibt Interviews und verkündet: „Es ist meine Mission, der Welt die Musik und die Kultur meiner Heimat Puerto Rico zu zeigen.“ Die Mission scheint zu glücken. Plötzlich ist Latino-Musik nicht mehr Spartenprogramm für Minderheiten, nicht mehr Domäne obskurer Independent-Labels, auch nicht mehr reduziert auf den einen obligatorischen Sommerhit, sondern der weltumspannende Klang der Zukunft: „Latin-Pop“ ist sein neuer Name, und er bezeichnet eine Mischung aus Salsa, Rumba oder Mambo mit amerikanischem Rock und Pop.

Das ist keine musikalische Innovation – die Exil-Kubanerin Gloria Estefan war mit ihrem Stilmix schon in den achtziger Jahren reich und berühmt geworden –, sondern eine kulturelle. Zum erstenmal sprengt eine ganze Generation von Popstars die Grenzen zwischen zwei Sprachen und zwei Kulturen: Ricky Martin, die Schauspielerin und Sängerin Jennifer Lopez („Out of sight“), deren Eltern aus Puerto Rico stammen, der in New York aufgewachsene Puertoricaner Marc Anthony, Enrique Iglesias, der Sohn von Julio, die kolumbianische Sängerin Shakira. Sie verstehen sich als Latinos, aber singen auch auf englisch, sie sind mit Rockmusik groß geworden und wissen, wie man Salsa und Merengue tanzt.

In den USA gelten sie als die neuen Pophelden der 31 Millionen Hispanics, die dort schon bald die zweitgrößte Bevölkerungsgruppe bilden werden. Für die weißen und schwarzen Amerikaner repräsentieren die Latino-Stars nicht mehr die Folklore der armen Einwanderer, sondern die Musik ihrer Nachbarn und Mitbürger. Für den Rest der Welt versprechen sie nach Jahren der musikalischen Langeweile die Hoffnung auf ein fröhlicheres nächstes Jahrtausend. „Ich habe keine Kristallkugel“, erklärt der Sony-Music-Chef Tommy Mottola, „aber mein Bauch sagt mir, daß lateinamerikanische Musik das

nächste große Reservoir für Mainstream-Superstars sein kann.“

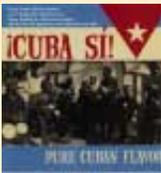
Sein Bauch muß schon vor längerem rumort haben, denn früher als die Konkurrenz hatte Sony die Zukunft vorausgesehen und Martin, Lopez, Anthony, den sexy-charismatischen Puertoricaner Chayanne und dessen Landsmann, den Merengue-Spezialisten Elvis Crespo, unter Vertrag genommen. Dabei half, daß die Plattenfirma in den meisten lateinamerikanischen Ländern zu den Marktführern gehört. In Südamerika gilt Martin schon seit 1991 als Solo-Star, nachdem er 1989 bei der Boy-Group Menudo, dem südamerikanischen Pendant zu den New Kids on the Block, ausgestiegen war. Für den dortigen Markt sang er altmodische romantische Balladen, die nur als Importe nach Nordamerika oder Europa kamen.

1998 stieg in den USA, vor allem dank Martins Neuerfindung als Cross-over-Held, der Absatz lateinamerikanischer Musik um 16 Prozent, in den ersten drei Monaten dieses Jahres um 44 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. In Deutschland, wo rund 76 000 Lateinamerikaner leben, werden die Verkaufszahlen in dieser Sparte nicht erfaßt. Noch nicht.

Doch auch hierzulande scheint zur Zeit alles, was südamerikanisch oder karibisch klingt, ein sicherer Hit zu sein. Martin hatte in zwei Jahren drei Chart-Erfolge: den Sommerschlager zum Mitsingen „(Un, dos, tres) Maria“, den Fußball-WM-Hit „La Copa de la Vida“ aus seinem mit einem Grammy ausgezeichneten Album „Vuelve“ und jetzt den englischsprachigen Popsong „Livin' la Vida Loca“. Die anderen Latino-Größen folgen. Gerade kam Jennifer Lopez mit der Single „If You Had My Love“ aus dem Album „On the 6“ auf Platz 5 der Charts. Auf ihrer CD singt sie im Duett mit Marc Anthony, dessen neue englischsprachige Single „I Need To Know“ im August in den USA auf den Markt kommt.

„Die Latino-Lawine wurde in den USA losgetreten“, sagt Kim Schäfer, bei Sony Deutschland zuständig für Martin, „nun überrollt sie auch Europa.“ Die Akzeptanz für „kosmopolitische Musik“ wachse hierzulande, parallel zur immer bunter gemischten Gesellschaft. „Wie viele Deutsche fahren jedes Jahr nach Spanien

### Weitere Latin-Music-Empfehlungen



„¡Cuba Sí!“ (Rhino Entertainment/Edel Contraire): Sampler mit kubanischen Spitzenmusikern von ¡Cubanismo! und Irakere bis Los Van Van.



**Juan Luis Guerra:** „Ni es lo mismo, ni es igual“ (BMG Ariola): Merengue, Salsa, Bachata und Caribbean Rap vom dominikanischen Gitarren-großmeister.



„Mundial Muzique“ (Guidance/Efa): Prominente DJs wie Masters at Work aus New York remixen Klassiker des Salsa, Samba und Bossa Nova (ab 30.8.).



„The Nuyorican Salsa Experience“ (Nascente/Edel Contraire): Wiederveröffentlichung von Salsa-Aufnahmen aus dem New York der siebziger Jahre.



**Eliades Ochoa y el Cuarteto Patria:** „Sublime Ilusión“ (Virgin): Soloalbum des Gitarristen vom Buena Vista Social Club.

und nach Südamerika in Urlaub?“ fragt Schäfer.

Inzwischen gehört es zwar zum Allgemeinwissen der Popfans, daß Reggae aus Jamaika kommt, Calypso aus Trinidad, Samba aus Brasilien und Salsa in New York entwickelt wurde. Was aber Batuque von Maxixe unterscheidet und was die Gemeinsamkeiten von Guaguancó und Yambú sind, werden in Europa auch weiterhin nur Spezialisten erklären können. Zu zahlreich sind die regionalen Stile – die südliche Hälfte Amerikas ist eben gigantisch groß. „Reiner Latin wird in Deutschland eine Randsparte bleiben“, prophezeit Sony-Manager Schäfer. Es kann also noch eine Weile dauern, bis Martin seine Mission erfüllt hat und „alle Mauern eingegrissen sind“, wie er es nennt, zwischen der Latino- und der amerikanisch-europäischen Kultur.

Doch in der Latin-Music scheint manchmal sogar das Unmögliche möglich. Die derzeit erfolgreichste Latino-Gruppe kommt aus Kuba und nennt sich Buena Vista Social Club. Die betagten Musiker jenseits der Pensionsgrenze hatten jahrzehntelang in den Bars und Clubs von Havanna folkloristischen Son und andere kubanische Musikspezialitäten gespielt, bis sie vor drei Jahren von dem amerikanischen Produzenten Ry Cooder entdeckt wurden. Inzwischen belegen sie mit ihrer 1997 erschienenen Platte Platz eins der offiziellen Album-Verkaufscharts in Deutschland, das Soloalbum des Buena-Vista-Sängers Ibrahim Ferrer (beide Eastwest) steht auf Platz zwei, und Wim Wenders' Dokumentarfilm über die Kubaner haben sich bereits mehr als 250 000 Menschen im Kino angesehen. ◀

Superstar Martin

# „Ein Lebensstil, kein Trend“

## Der Sänger Ricky Martin über den Erfolg des Latin-Pop

**kulturSPIEGEL:** Herr Martin, Sie gelten als bilingualer und bikultureller Künstler. Trifft das zu?

**Martin:** Ich bezeichne mich selbst als „Latin“. Vor allem aber möchte ich einen Sound kreieren, den Menschen in aller Welt mögen. Das ist mir offenbar gelungen.

**kulturSPIEGEL:** Wieso hat Latino-Musik erst jetzt ihren Durchbruch?

**Martin:** Weil die Musiker sich lange nur damit zufrieden gegeben haben, auf ihrem eigenen Kontinent erfolgreich zu sein. Sie haben nicht versucht, den internationalen Markt zu erobern. Carlos Santana und Gloria Estefan haben die ersten Türen aufgemacht. Nun kommt Ricky Martin mit einem frischen Sound. Latin soll werden, was Rock'n'Roll war: ein Lebensstil, kein Trend.

**kulturSPIEGEL:** Wie sieht dieser Lebensstil aus?

**Martin:** Leidenschaftlich und intellektuell zugleich. Sie finden diese Mischung nicht nur in der Musik, sondern beispielsweise auch in der Literatur und im lateinamerikanischen Kino. Der Kontinent hat ein ungeheures Potential.

**kulturSPIEGEL:** Seit wann arbeiten Sie am Kulturexport?

**Martin:** Seit mir klar wurde, daß „(Un, dos, tres) Maria“ kein Sommerhit war, sondern Indiz für ein neues multikulturelles Bewußtsein.

**kulturSPIEGEL:** Ihre ersten, für den südamerikanischen Markt produzierten CDs klangen mehr nach amerikanischem Kulturimport.

**Martin:** Stimmt. Als Kind habe ich mir Platten von Aerosmith und David Bowie gekauft. Irgendwann schrie mich meine Mutter an: „Ich habe es satt, ständig diese Rockmusik in meinem Haus zu hören!“ Sie hat mir die Schönheit der Latino-Rhythmen von Celia Cruz, Tito Puente und Rubén Blades gezeigt. Heute will ich der Welt erklären, was Lateinamerika jenseits aller Klischees ausmacht.

**kulturSPIEGEL:** Welche meinen Sie?

**Martin:** Nehmen Sie das Musical „West Side Story“: Es erzählt eine wunderschöne Liebesgeschichte, auf der anderen Seite handelt es von Bandenkriegen zwischen machohaft agierenden Hispanics. Das ist ein ignoranter Blick auf unsere Welt.

**kulturSPIEGEL:** Stört es Sie, daß Ihre Alben in deutschen Läden unter „internationaler Folklore“ zu finden sind?

**Martin:** Das ist mir egal, solange die Geschäfte meine Platten verkaufen. Wir Latinos müssen uns Zeit geben, bis unsere Musik weltweit anerkannt ist.

**kulturSPIEGEL:** War es für Sie ein notwendiger Kompromiß, ein englischsprachiges Album zu machen?

**Martin:** Ich werde immer auf spanisch singen. Aber wenn es nötig wäre, würde ich auch chinesische, mongolische oder russische Texte singen. Wichtig ist nur, daß ich meine kulturellen Wurzeln nicht aufgebe.

**kulturSPIEGEL:** Die sind in Ihren Hits deutlicher als in den anderen Stücken Ihres neuen Albums.

**Martin:** Um ehrlich zu sein, ist mein Lieblingslied „I am Made Of You“. Es klingt wie der klassische Gitarrenrock, den ich früher so gern gehört habe.

