



MUSIKWIRTSCHAFT

Vier gewinnt

Während die großen Musikkonzerne oft glücklos auf schnelle Hits und weltweit vermarktbarere Superstars setzen, beweist eine kleine Plattenfirma aus Berlin, dass man mit deutschen Künstlern sehr erfolgreich sein kann – wenn man alles anders macht als die Giganten.

Unter der Bühne, tief in den Katakomben der Frankfurter Festhalle, ist es angenehm still. Oben dagegen, im großen Saal, brodeln es noch: 11 000 schreiende Fans brüllen nach Zugaben, aber die Fantastischen Vier sind längst in der Garderobe verschwunden. Der Zeitpunkt ist eng: Duschen, Umziehen, After-Show-Party, weiter in die nächste Stadt.

Da unten steht nun auch Fitz Braum und wartet. Braum, 47, kantiges Gesicht, die Haare fallen in Strähnen bis zum Kinn, ist Geschäftsführer der Firma Four Music, des Plattenlabels der Fantastischen Vier.

Für Braum sollte ein Konzert der Band nichts Besonderes sein. Er hat die vier Stuttgarter Popstars einst zum Musikriesen Sony Music geholt. Sie haben ihn dafür später zum Chef ihres Plattenlabels gemacht. Dazwischen liegen 14 Jahre und Hunderte Auftritte wie dieser.

Aber Braum ist heute trotzdem vor Ort. Genauso wie der Marketingchef, die Tourchefin und der Konzertagenturchef von Four Music. „Unbedingte Nähe zum Künstler“ nennt Braum das. So ist das bei Four Music: Wenn was los ist, kommen alle. Und irgendwie war in den vergangenen Monaten ständig was los.

Erst kam das neue Album des Four-Music-Künstlers Gentleman, das bei Erscheinen gleich auf Platz eins der deutschen Charts einstieg. Dort hat es sich zwar nur zwei Wochen gehalten, weil es dann an der Chartspitze von dem eines Künstlers namens Max Herre abgelöst wurde. Das machte aber nichts, weil auch Herre bei Four Music unter Vertrag steht. Zwei Wochen später stiegen die Fantastischen Vier selbst in die Charts ein – wenn auch „nur“ auf Platz zwei.

„Macht nix, denen gehört der Laden ja dafür zu 72 Prozent“, sagt Braum und

grinst. Braum grinst oft in den letzten Monaten.

Four Music ist ein kleines Unternehmen: 16 Angestellte, 23 Künstler, keine internationalen Superstars. Trotzdem hat es allein in diesem Jahr 800 000 Platten verkauft.

Das ist außergewöhnlich viel für ein Mini-Label, das nur mit deutschen Künstlern arbeitet. Das ist außergewöhnlich, weil die Firma keinen massentauglichen Plastik-Pop produziert, sondern Nischen beackert wie Soul, HipHop und Reggae. Und es ist außergewöhnlich, weil Four Music seinen Umsatz in den vergangenen drei Jahren verdoppelt hat, während die Musikbranche seit Jahren nur eine Richtung kennt: abwärts.

Fast ein Drittel ihres Umsatzes hat die deutsche Plattenindustrie in den vergangenen fünf Jahren bereits verloren. Auch in diesem Jahr wird der Musikmarkt



Konzert der Fantastischen Vier Künstler als Plattenmanager

von ‚Wir sind Helden‘ jetzt auch gleich ein Dutzend deutscher Bands mit Frontfrau mit Gitarre und drei Jungs hintendran“, lästert Max Herre über die großen Kopierwerke.

Herre hat Four Music den ersten Hit und die erste Gold-Auszeichnung beschert. 1997 war das, Freundeskreis hieß seine Band damals noch und „A.N.N.A.“ der Titel. Er klang nach ein bisschen HipHop, ein bisschen Soul und vor allem so gar nicht nach Grönemeyer, Westernhagen, Ärzte – all dem, was bis dahin sonst deutsch und erfolgreich war.

Wenn Herre über Four Music spricht, dann geht es viel um „den Glauben an den

soullastigen Album unter eigenem Namen. Wäre Herre bei einem der großen Musikkonzerne unter Vertrag, wäre er es angesichts solcher Attitüden wohl längst gewesen.

„Bei Four Music gibt es diesen Druck der Manager nicht“, sagt Herre. Er sitzt auf einem abgenutzten Ledersofa in seiner Garderobe, direkt unter der Bühne der Hamburger Großen Freiheit. Es gibt Bier, das tatsächlich „Bölkstoff“ heißt. Im Saal kreischt sich das Publikum warm, das Konzert ist ausverkauft. „Fitz Braum würde nie ungefragt bei mir im Studio auftauchen und sagen: Das ist nicht poppig genug, das wollen die Leute nicht kaufen“, sagt Herre.

Das ist ungewöhnlich viel Lob für eine Plattenfirma von einem Künstler. Eigentlich ist schon alles andere als Hasstiraden ungewöhnlich – was mit „diesem seit Jahrzehnten im Kopf jedes Musikers hängenden Klischee“ zu tun hat, wie Thomas D. von den Fantastischen Vier es formuliert: Der größte Feind des Künstlers ist seine Plattenfirma.

Beschimpfungen selbst durch internationale Superstars sind in der Musikbranche an der Tagesordnung: Die Plattenindustrie schaufle sich mit ihrer Ideenlosigkeit verdienstermaßen das eigene Grab, wettet etwa die Kuschelpop-Chanteuse Dido. Für Shaggy ist klar, dass die „Plattenbosse keine Ahnung von Musik haben“. Künstlern werde jede Chance auf Entwicklung geraubt, klagt Alanis Morissette und forderte schon den US-Kongress zur Intervention auf.

Dieses Klischee hatten auch die Fantastischen Vier, die von ihren Fans nur „Fantas“ genannt werden, 1996 bei der Gründung von Four Music vor Augen: Ihr Label sollte anders sein, eine „Plattenfirma von Künstlern für Künstler“, sagt Sänger Smudo.

Die Fantas möchten alle „ein bisschen Bluna“ bleiben. Sie wollen „Bindeglied sein zwischen Musikschaffenden und Industrie“, sagt Michi Beck, weil sie die Sprache der Plattenmanager genauso beherrschen wie die der „oft verunsicherten und überkritischen Künstler“. Aber wenn man selbst gerade ein neues Album veröffentlicht und durch Deutschland tourt, kann das eine anstrengende Doppelrolle sein.

Beck ist deshalb auch der Einzige aus dem Quartett, der „jede freie Minute im Büro“ verbringt. Das Büro ist eine ehemalige Fabriketage in Berlin-Kreuzberg mit großen Fenstern und kleinen Kosten. Beck teilt sich einen vollgestapelten Doppelschreibtisch mit Fitz Braum. An der Wand hängt ein kleines Pappschild: „Music is okay“.

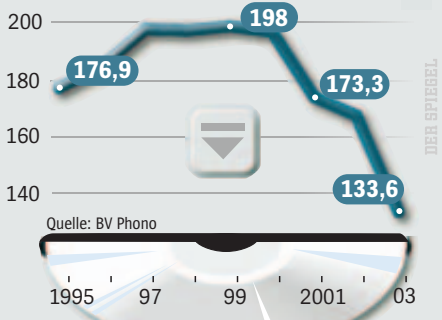
Durch die Fensterfront fällt der Blick erst auf die Spree, dann auf die Deutsch-



Four-Music-Chef Braum: „Unbedingte Nähe“

Das Ende vom Lied

Verkaufte CD-Alben in Deutschland in Mio.



wohl wieder um weitere sieben Prozent schrumpfen.

Und mit jeder weniger verkauften CD, mit jedem weniger umgesetzten Euro wird der Druck größer. Nicht nur auf die Plattenfirmen, sondern auf die Künstler selbst: zwei Flops produzieren und trotzdem noch die Chance auf ein drittes Album? Die Zeiten sind bei den großen Konzernen wie Sony BMG oder Universal vorbei.

Stars, die nur alle vier, fünf Jahre ein Album produzieren müssen? Das kann sich weltweit vielleicht eine Hand voll Ikonen vom Kaliber Madonnas oder U2 leisten. Ansonsten gilt: Wer nicht verkauft, fliegt.

Und was Erfolg hat, wird so oft und schnell wie möglich zu Tode reproduziert. „Deswegen gibt es etwa nach dem Erfolg

Musiker“ und „totale künstlerische Freiheit“. Auf ihn trifft das sicher ganz besonders zu, denn eigentlich hat Herre so ziemlich jede konventionelle Regel für Erfolg im Musikgeschäft gebrochen.

Mit Freundeskreis war Herre schon längst an der Spitze angekommen: ausverkaufte Hallen, eine Vielzahl treuer Fans, weit über eine viertel Million verkaufter Platten allein mit dem letzten Album. Eine etablierte Karriere, die normalerweise nach bewährtem Muster weitergehen würde: alle 18 Monate ein neues Album, dazu möglichst viele Tourneen und bloß nicht den Stil ändern. Normalerweise.

Was machte Herre? Er löste die Band auf, brachte fünf Jahre keine Platte heraus und kam dann mit einem anspruchsvollen

land-Zentrale des Branchengiganten Universal Music am anderen Ufer. Der Musikkonzern wickelt seit kurzem den Vertrieb für Four Music ab, denn ganz allein können auch eigentlich unabhängige Plattenfirmen nicht mehr. Universal bekommt dafür bis zu 18 Prozent der Verkaufseinnahmen von Four-Music-CDs und schießt dem kleinen Label gleichzeitig jährlich Geld vor.

Acht Jahre lang gab es einen ähnlichen Deal mit Sony, aber den haben die Schwaben im Sommer gekündigt – was vor allem damit zu tun hat, dass der große Konzern auch nach acht Jahren nicht an das ungewöhnlich gute Gespür des kleinen Labels glauben wollte: „egal wie viele Goldene Schallplatten wir angeschleppt haben“, sagt Braum.

Allerdings passt auch kaum einer der Four-Music-Stars in das konventionelle Erfolgsschema für Popstars: Ein Pfarrerssohn aus Köln, der jamaikanische Rastafari-Reggae macht?

Dennoch hat er als Gentleman inzwischen über 200 000 Alben verkauft. Oder Joy Denalane, die ausgerechnet Soul singt und das mit deutschen Texten? 10 000 Platten hatten die verstörten Sony-Manager ihr prophezeit. 140 000 sind es bislang, dazu kamen überschwängliche Kritiken von „famos“ („Stern“) bis „ganz erstaunlich“ („Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“).

Denalane hatte vorher einen Vertrag mit einem großen Plattenkonzern. „Baby, ich bring dich groß raus“, hatte ihr Manager gesagt. Das Resultat waren ein paar hastig produzierte Popsongs. Ein Flop. Bei Four Music dagegen, sagt sie, nehme man sich auch mal zwei Jahre Zeit, eine ausgereifte Platte zu produzieren und den Künstler richtig am Markt zu positionieren.

Deswegen setzt das kleine Berliner Label auch nicht, wie sonst in der Branche üblich, darauf, als Erstes eine schnelle Hit-Single zu produzieren. Stattdessen werden die Künstler gleich mit komplettem Album auf eine möglichst lange Tour geschickt, um sich eine Fan-Gemeinschaft zu erspielen.

Gentleman machte sich so als Vorgruppe der Fantastischen Vier einen Namen. Denalane absolvierte allein mit ihrem ersten Album vier ausverkaufte Tourneen – organisiert von der zur Plattenfirma gehörenden Konzertagentur Four Artists.

„Rundumbetreuung“ nennt Denalane das und fügt hinzu: „Im Gegenzug fühlen wir Künstler uns auch verantwortlich für den geschäftlichen Erfolg der Plattenfirma.“ Der wiederum ist auch nötig, denn im Geld schwimmt Four Music nicht – im Gegenteil.



Four-Music-Stars Denalane, Herre: „Totale Freiheit“

„Zur geplanten Altersvorsorge ist die Firma nicht geworden“, sagt Beck. Paradoxerweise hängt das auch mit den bisherigen Erfolgen zusammen: „Wenn wir unsere erfolgreichen Künstler halten wollen, müssen wir sie künftig genauso bezahlen wie die großen Konzerne“, sagt Braum.

Das in der Musikbranche übliche Geschäftsmodell: Die Plattenfirma zahlt dem Künstler einen Vorschuss und holt sich das Geld erst nach und nach über die Plattenverkäufe wieder zurück – oder eben auch nicht, wenn die Platte nicht läuft. Entsprechend wächst nun der Druck auf Four Music, immer weiter neue Künstler in die Charts zu bringen, um nicht in ein Finanzierungslöcher zu fallen.

Deswegen wird derzeit auch viel über Expansion nachgedacht. Eine internationale Dependence in London gibt es bereits seit verganginem Jahr, jetzt geht es auch um andere Musikgenres: „Ich wollte schon immer ein Rock-Label machen“, sagt Braum.

Aber warum dann nicht einfach einige der vielen Musiker unter Vertrag nehmen, die in den vergangenen Monaten den Sparmaßnahmen bei den anderen Konzernen zum Opfer fielen?

Weil das die Fantastischen Vier nicht wollen. Ihnen geht es um das „Entdecken und Entwickeln“, um die „Chancen für die Nachwuchstalente, die es bei den Musikkonzerten nicht mehr gibt“, sagt Smudo. „Und weil man mit den meisten Künstlern, die da jetzt aussortiert wurden, tatsächlich einfach kein Geld verdienen kann.“

THOMAS SCHULZ