

Unterm Bett

In einer 17teiligen Fernsehserie und im dazugehörigen Buch „All You Need Is Love“ werden 100 Jahre Popmusik dargestellt.

Am 25. Juni 1967 ging, wirklich einmal, eine Melodie um die Welt. Zahlreiche Nationen hatten ihre Fernsehnetze über Satelliten zum Programm „Our World“ zusammengeschaltet. Als englischen Beitrag sangen die Beatles, für 700 Millionen Zuschauer, den eigens dafür komponierten Song „All You Need Is Love“. Für den britischen Journalisten Tony Palmer, heute 34, war dies „der Höhepunkt in der Entwicklung der populären Musik“.

Jetzt kündigt „All You Need Is Love“ abermals weltweit eine TV-Sendung an — als Erkennungsmelodie der Serie gleichen Namens über die Geschichte der Popmusik. In mehr als 27 Ländern werden die 17 Folgen von 55 Minuten Länge ausgestrahlt, darunter in den USA, in Neuseeland und dem sozialistischen Polen. Bei der westdeutschen ARD hat die Reihe am vergangenen Sonntag um 17.35 Uhr begonnen; Bayern III wiederholt sie im Abendprogramm.

Das deutsche Fernsehen hatte schon öfter (etwa in der Serie „Sympathy for the Devil“) zu historischen Exkursen in Jazz, Blues, Rock und Soul gebeten: mal oberlehrerhaft, mal politisch-polemisch. Niemals aber wurden Facts und Gags, Anekdoten und Histörchen aus einem Jahrhundert Popmusik zu einer



Show-Trio „Gumm Sisters“ mit Judy Garland (r.)
Konflikt zwischen Qualität . . .

so informativen und unterhaltsamen TV-Revue verknüpft.

Für rund zehn Millionen Mark, die zum Teil von den Musikkonzernen EMI und Polygram aufgebracht wurden, drehte Tony Palmer fast drei Jahre lang in den Zentren des Schauspielgeschäfts und in Slums. Mit einer 60köpfigen Crew suchte er auf afrikanischen Savannen und amerikanischen Baumwollfeldern, in Kneipen und Filmarchiven nach Wurzeln und Preziosen der populären Musik.

Mehr als 750 Stunden Film wurden besichtigt, rund 4000 Tondokumente

Schau stellen, zeigt eine amüsante Hollywood-Sequenz: Das berühmte Musical-Team Richard Rodgers und Lorenz Hart („The Lady Is A Tramp“) hockte sich nach dem enttäuschenden Besuch bei einem Musikverlag an den New Yorker East River; Texter Hart ließ seine Blicke über die Skyline schweifen und trällerte: „We'll take Manhattan, the Bronx and Staten Island too . . .“

Ob Blues oder Ragtime, Jazz oder Show, Musical oder Rock — in all diesen unterschiedlichen Stilformen seit der Sklavenbefreiung 1865 ist nach Palmers These das Grundproblem für die Macher gleich geblieben: der Konflikt zwischen Qualität und Kommerz. In seinen Sendungen bringt er dafür Belege, die den Zusammenhang aller Pop-Stile beweisen sollen, und rechnet mit den Geschäftemachern ab.

Über alle Sozialkritik und Belehrung hinaus ist Palmers Serie aber auch als bloßes Spektakel zu genießen. Der an der Regiekunst von Ken Russell und Stanley Kubrick geschulte Filmemacher, der immerhin mehr als 30 Dokumentarstücke zum BBC-Programm beigetragen hatte, nutzte viele Aufnahme- und Schnitt-Tricks.

Zur Charakterisierung mancher Rockmusiker verwendete Palmer ein Froschaugen-Objektiv: Bei Kamera-nähe blähen sich die Gesichter zur Karikatur. Wenn die „Staple Singers“ gospeln: „When will we get payed“ (Wann werden wir endlich bezahlt?), schneidet er zwischendurch auf offenbar streikende Südstaaten-Neger, die von Polizisten zusammengeknüppelt werden. Und hat er einmal, wie beim Musical „Chicago“, keine Bühnenaufnahmen verfügbar, so läßt er einfach

ausgewählt. Darunter sind Kostbarkeiten wie eine Minstrel-Show aus dem frühen amerikanischen Tingeltangel, seltene Aufnahmen von Billie Holiday, Fred Astaire, Irving Berlin, Judy Garland und den Beatles sowie Interpreten-Porträts, die es angeblich gar nicht gibt: Wer wußte schon, daß der legendäre Folklore-Sänger Woody Guthrie je vor einer Kamera musiziert hatte? Eine Filmrolle mit Improvisationen des genialischen Saxophonisten Charlie Parker, sagt Palmer, „haben wir einem Fan buchstäblich unterm Bett weggeholt“.

Wie Show-Leute sich die Geburt eines Songs vorstellen, wie sie auch dies sogleich naiv zur



. . . und Kommerz: Popkomponist Berlin, Entertainer Astaire, Ginger Rogers

Standphotos zum Songrhythmus tanzen.

Weniger überzeugend wirken die journalistischen Tricks, mit denen sich der Autor als Experte und Legendenkiller interessant zu machen versucht. Daß der Jazz ausschließlich in New Orleans entstanden sei, daß ein Bandleader namens Alexander den Ragtime kreiert habe: Dergleichen von Palmer angeblich korrigierte Irrtümer waren längst vor ihm aus der Pop-Publizistik verschwunden.

Im Bild läßt Palmer vor allem jene Gewährsmänner zu Wort kommen, die ihm die besten Anekdoten liefern. Pop-Erfolge wie das Glenn-Miller-Orchester oder das Musical „My Fair Lady“ werden gegenüber dem Swing-Bandleader Artie Shaw und dem Musical-Regisseur Rouben Mamoulian („Oklahoma“) schlicht unterbewertet.

Auch einige Fehler schleichen sich ein, einige mehr noch in dem aufwendig illustrierten Buch, das bereits zur TV-Serie erschienen ist**. Zudem leidet die deutsche Ausgabe von „All You Need Is Love“ an Übertragungsschnitzern. Über Jimi Hendrix heißt es beispielsweise im Original, er habe „auf seiner Gitarre masturbiert“. Auf deutsch wurde ein sexueller Soloakt daraus. Die bekannte „Average White Band“ gilt den Übersetzern bloß als „irgendeine weiße englische Band“.

Die Bearbeiter der Fernsehserie haben derlei Nachlässigkeiten vermieden. Sie schickten den Musiker George Gruntz, Programmchef der Berliner Jazztage, quer durch die USA und ließen ihn an 25 Drehorten, unroutiniert und mit windzerzaustem Haar, fachlich korrekte Zwischentexte sprechen.

Tony Palmer kann mit dieser TV-Edition seiner imponierenden Materialsammlung zufrieden sein. Er hat sich, am Thema Popmusik wohl eher journalistisch als musikhistorisch interessiert, inzwischen ehrwürdigeren Projekten zugewandt: zunächst einer sechsteiligen Serie über Richard Wagner; danach plant er eine Opernregie.

GESCHICHTE

Aus der Goldenen Stube

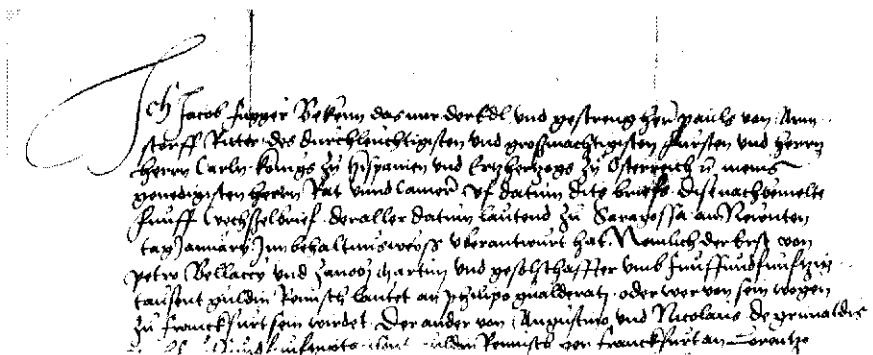
Schon im 16. Jahrhundert gab es den ersten multinationalen Mischkonzern wie derzeit Flick oder Litton: die Fugger in Augsburg. Aufstieg, Glanz und Fall der Fugger werden in einem neuen Sachbuch beschrieben.

Sie waren Kunstsammler, Mäzene, Bauherren und die ersten Großunternehmer, die gezielte Imagepflege betrieben: Deutschlands erste Konzernherren, die Fugger aus Augsburg.

Wenn zeitgenössische „Systemkritiker“ wie Ulrich von Hutten wider die „Fuckerer“ eiferten und sie als „Räuber“ anprangerten, wenn Martin Lu-



Karl V., Jakob Fugger in der Legende*: Das Verbrennen der Schuldscheine ...



... fand nicht statt: Erhaltene Fugger-Depotquittung

ther mit seinem „Großen Sermon vom Wucher“ den Armen und Hungernden aus der Seele sprach, dann wurde das in der „Goldenen Schreibstube“, dem Kommandostand des Konzerns, sorgsam vermerkt.

Als bald fertigte Fuggers Haus-Humanist Konrad Peutingen ein gelehrtes Gutachten zur Verteidigung des Profits oder der hohen Preise — höchst notwendige Unternehmer-Rechtfertigung in einer Zeit, da immerhin auf Reichstagen das Geschäftsgebaren deutscher Großunternehmer diskutiert wurde.

Weltgeschichte als Wirtschaftskrimi — nach dieser ebenso luftigen wie griffigen Formel hat der Wirtschaftsjournalist Günter Ogger, 36, sein Sachbuch produziert: Er schrieb die beispiellose Erfolgsstory der Familie Fugger als große Ermittlung in Sachen Frühkapitalismus***.

* Der Kaiser und Jakob Fugger „der Reiche“ nach einem Holzschnitt des 19. Jahrhunderts.

** Tony Palmer: „All You Need Is Love“. Deutsch von Reiner Moritz und Norbert Wölfl. Verlag Droemer Knaur, München: 348 Seiten; 39,80 Mark.

*** Günter Ogger: „Kauf dir einen Kaiser. Die Geschichte der Fugger“. Droemer Knaur, München: 400 Seiten; 34 Mark.

Die ehrgeizigen Handelsherren vom Augsburger Weinmarkt schufen nämlich den ersten multinationalen Konzern der Geschichte — in seiner Struktur laut Ogger modernen Mischkonzernen wie Flick oder Litton bemerkenswert ähnlich.

In ihrem „Einflußgebiet“ Tirol beuteten sie das Silbererz der Alpen ebenso rücksichtslos (und mit neuesten technischen Methoden) aus wie Jahrhunderte später moderne Multis das Erdöl Arabiens. Lange vor den Lockheed-Lobbyisten waren sie Meister im „Schmieren“ — die Fugger bestachen Könige, Kaiser und Päpste.

Auf dem Höhepunkt ihrer Macht kontrollierten sie so gut wie alle Bereiche der Wirtschaft. Als riesige Grundbesitzer, als bedeutendste Bankiers und mächtigstes Handelshaus des Reiches, als Waffenproduzenten und Münzverwalter stellten sie eine politische Großmacht ersten Ranges dar.

Im Auftrag der Kurie organisierten Fugger den Ablaßhandel, der die Reformation auslöste. Mit Fugger-Gulden wurden 1546 der Krieg gegen die