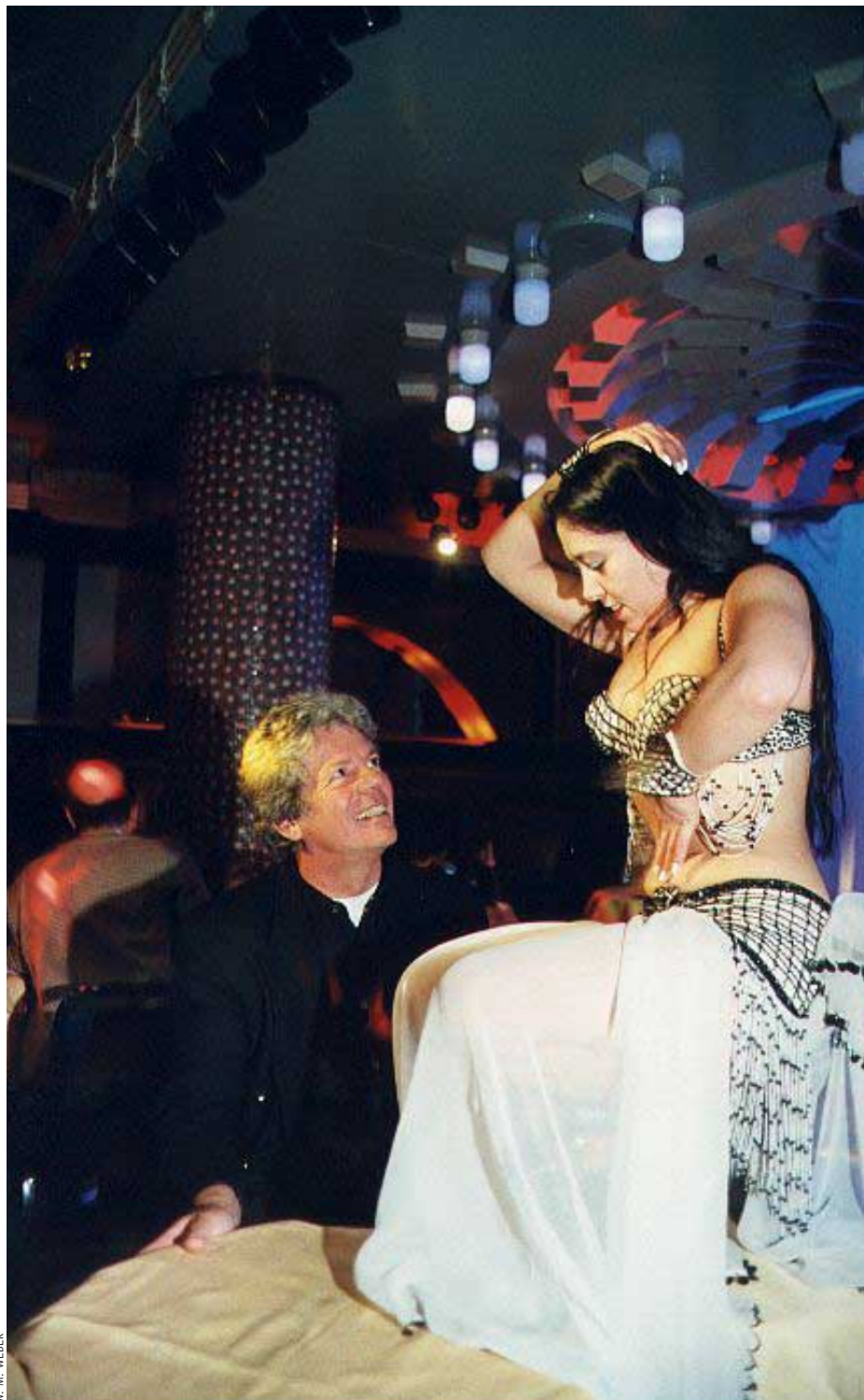


MUSIKINDUSTRIE

Der Star-Macher

Snap, Whitney Houston, Heino: Der BMG-Ariola-Chef Thomas M. Stein ist Deutschlands einflußreichster Plattenboß – und dennoch leidet er. Das Image seiner Branche ist miserabel, angesiedelt irgendwo zwischen Immobilienhai und Bordellbesitzer. *Von Thomas Tuma*



Wenn das deutsche Musikgeschäft ein Gesicht hat, dann sieht es an guten Tagen aus wie Herbert Grönemeyer: stark, erfolgsverwöhnt, unnahbar.

An schlechten Tagen ähnelt es eher dem unrasierten, ausgemergelten und unbekannten Tom Robin, der gerade anfängt, auf seiner Orgel „La Cucaracha“ zu intonieren.

Robin nennt sich „Sänger & Showman“ und garniert hauptberuflich das Gegröle von Kreuzfahrttouristen und Betriebsfesten. Sein Presstext vermerkt stolz, daß Dieter Thomas Heck ihm einst attestierte: „Der Junge hat Zukunft.“

Seit 15 Jahren wartet Robin auf diese Zukunft, während Scharen stimmloser Küken und Boygroup-Klone an ihm vorbei in die Charts stürmten. Er weiß, wie ungerecht und verlogen die Branche sein kann. Aber natürlich sagt er das jetzt nicht.

Erstens ist er im Dienst. Zweitens könnte dieser Auftritt im Münchner „Seehaus“ sein Leben verändern. Vor ihm sitzt nämlich nicht die Belegschaft eines mittelständischen Schraubenfabrikanten, sondern die Führungsriege der Plattenfirma BMG Ariola.

Zwischen Crevettencocktail und Rinderfiletspitzen lachen 860 Millionen Mark Umsatz. Hier schlägt das Herz des global operierenden Bertelsmann-Ablegers BMG Entertainment, der über 200 Labels in 50 Ländern kontrolliert. Hier tanzen 20 Prozent des hiesigen Tonträgermarktes. Und der Chef persönlich steht mittendrin: Thomas M. Stein, 49, chronisch braungebrannter Plattenboß mit stahlwolliger Fönfrisur; eine Mischung aus Skilehrer und Richard Gere, mit dem er schon verwechselt wurde.

„So einer hat viel zu melden“, sagt Robin. So einen zählt die „Frankfurter Allgemeine“ zur kleinen Riege der „einflußreichsten Macher“ in Deutschlands Musikindustrie. So einer stemmt Karrieren.

Und deshalb wird Robin am Ende seines Auftritts zu ihm hingehen und hoffen, daß Stein ihn in einen neuen Peter Maffay verwandelt. Der gehört zur großen BMG-Familie ebenso wie Puff Daddy und Heino, 'N Sync und Wolfgang Petry, Snap und Whitney Houston, Elvis Presley, Eros

* Während einer Reise zur türkischen Dependence seiner Plattenfirma BMG Ariola in Istanbul.

W. M. WEBER

Musikmanager Stein, Bauchtänzerin*: „Ich will, daß Popmusik ernst genommen wird“

Ramazotti oder die kläglichen Reste von Tic Tac Toe.

Die zerrüttete Mädchen-Combo repräsentiert die anstrengendere Seite von Steins Geschäft: drei rotzige Hinterhofgören, die sich im Größenwahn des ersten Erfolgs wild keifend durch die Öffentlichkeit fetzten.

Schlimm sind für Stein auch Tage, an denen sein Volksmusik-Trompeter Stefan Mross vor Gericht gezerrt wird, weil er angeblich gar nicht selbst bläst – außer ins Röhrchen der Polizei, nachdem er betrunken seinen BMW zu Schrott fuhr. Und schlimm ist es, wenn Dieter Bohlen sich nach vierwöchiger Ehe scheiden läßt, um danach keine Gelegenheit auszulassen, sich zum halbstarken Volltrottel aufzupumpen.

So etwas zerrt an Steins Nerven, weil er seit Jahren versucht, seiner Branche ein bißchen Anerkennung als seriöser Wirtschaftsfaktor zu verschaffen. „Ich will“, sagt er gern, „daß Popmusik ernst genommen wird.“ Warum eigentlich?

Weil Musik Trends schafft, Mode macht, Geld bringt und Jobs und noch mehr Geld. 5,4 Milliarden Mark setzte die hiesige Plattenindustrie im vergangenen Jahr um. Gar nicht zu reden von all den Konzertagenten, Hörfunkstationen und Rechtehändlern, die weitere Milliarden einspielen. Deutschland ist hinter den USA und Japan zum wichtigsten Musikmarkt der Welt aufgestiegen.



Pop-Diva Houston

Produkte, die Widerworte geben

Musik ist überall: im Schlafzimmer, im Supermarkt, im Auto, im Urlaub. Was wäre der Untergang der „Titanic“ ohne das Bord-Orchester damals – und Celine Dions Soundtrack-Schnulze „My Heart Will Go On“ heute? Was wäre Henry Maske ohne Andrea Bocellis hymnelnden Abgesang „Time To Say Goodbye“?

Und trotzdem leiden die Macher unter einem Ruf, der zwischen Immobilienmakler und Zuhälter rangiert. Als erfolgreiche Manager finden sie in der Wirtschaftspresse kaum statt. Dort sind Leute wie Daimler-Chrysler-Chef Jürgen Schrempp die Helden, obwohl dessen Autos viel einfacher zusammenzuschrauben sind als der nächste Hit der Crash Test Dummies.

„Unsere Produkte geben Widerworte“, sagt Stein. „Das Musikgeschäft verkauft keine Autos, sondern Menschen“ – ziemlich verrückte Menschen, die zu Gefühlsausbrüchen, Drogenexzessen und Selbstmord neigen. Deren Karrieren werden nicht mal im Feuilleton begraben, sondern auf den vermischten Seiten zwischen Erdbeben und Kinderschändern.

Und als ob das nicht anstrengend genug wäre, haben Leute wie Stein auch noch damit zu kämpfen, daß ihre Stars immer höhere Garantie-Gagen fordern. Daß ihr Marketing mehr Geld braucht, weil in der Bildersoße auf MTV oder Viva nur noch echte Fettaugen oben schwimmen. Und daß die Hälfte der Produktionen als Flops weggebucht werden muß. Höchstens ein Fünftel bringt die Millionen. Der Rest wird als Nachwuchsförderung abgeschrieben.

Deshalb kämpfen sie verbissen darum, sich als Kunstmäzene und Wirtschaftsförderer des ausgehenden Jahrtausends zu präsentieren. Stein erzählt gern, daß er den ergrauten Alt-Avantgarde-Zausel Eberhard Schoener an neuen, populäreren Opernformen arbeiten läßt. Und nach einer halben Ewigkeit hat der Musikmanager es sogar geschafft, ein branchenspezifisches Berufsbild zu zimmern.

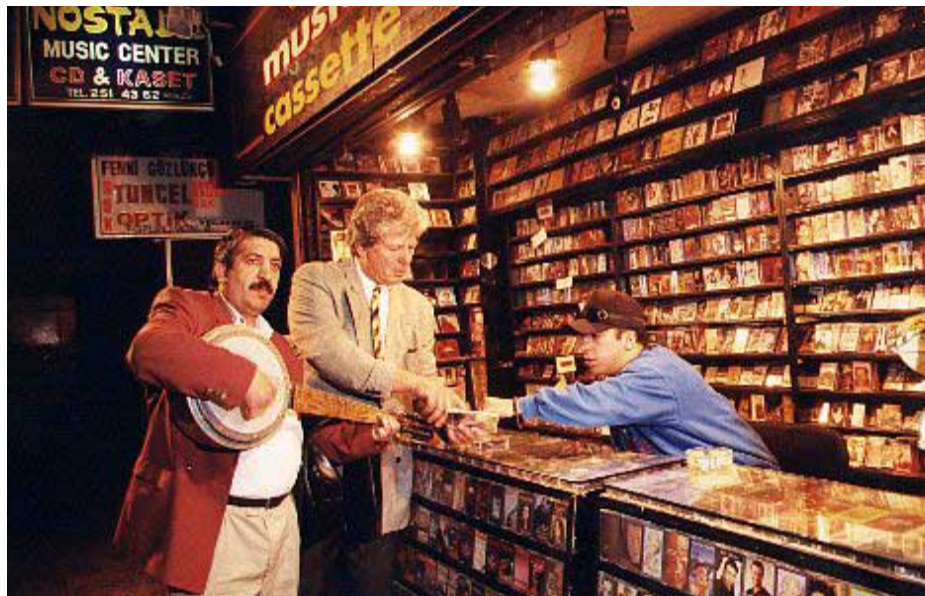
Vom Herbst an werden die ersten „Kaufleute für audiovisuelle Medien“ ausgebil-

det, während der Schwabe Stein sich noch nach der traditionellen Schwimm-oder-geh-unter-Methode hochpaddeln mußte: Verlagslehre, Aufbau der Buchhandelskette Montanus, Anzeigenleiter einer Musikzeitschrift, ZDF-Musikredakteur und schließlich Plattenboß, seit zehn Jahren bei BMG.

Heute ist Stein Vorsitzender des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft – als einziger Vertreter eines urdeutschen Konzerns unter den ausländischen Unternehmensriesen Polygram und EMI, Sony und Warner. Gemeinsam fordern die Musikmanager, den CD-Preis auf 50 Mark anzuheben („Soviel wie ein gutes Buch eben“). Einträchtig schimpfen sie über die hoch subventionierte Stadttheater-Kultur und warnen vor der bedrohlichen Möglichkeit des Internet, sich Musik künftig auf den Computer laden zu können – ohne Plattenfirmen, was dann ein paar tausend Arbeitsplätze kosten würde.

Gebracht hat der Lobbykampf bisher nicht allzuviel: Die Politik nimmt Leute wie Stein höchstens als Lieferanten einer 16prozentigen Mehrwertsteuer wahr, während Bücher mit 7 davonkommen – noch so eine Ungerechtigkeit.

In derart düsteren Momenten schauen die Plattenchefs neidisch in andere Länder, wo das Verhältnis zu Politgrößen viel inniger ist. US-Präsident Bill Clinton spielt Saxophon und holt sich Künstler wie Elton



Straßenmusiker, Plattenboß Stein (in Istanbul): „Nicht im Büro verkümmern“

John oder Stevie Wonder ins Weiße Haus. Der britische Premierminister Tony Blair trifft sich mit dem krawalligen Noël Gallagher von der Britpop-Band Oasis zum Meinungsaustausch.

Hierzulande hat man immerhin den Bundespräsidenten Roman Herzog dazu bewegen können, eineinhalb Stunden mit Peter Maffay, Nena und Jazzy zu plaudern.

Die präsidentialen Sekretäre hatten vorher zwar arge Bedenken, ob die verkniffene Tic-Tac-Toe-Darstellerin eine adäquate Gesprächspartnerin für das Staatsoberhaupt sei. Doch am Ende waren alle zufrieden, weil viele Fotografen kamen und die Bilder des Pop-Politikums überall erschienen.

Darauf kam es nämlich an. Deshalb hat die Branche auch einen Musikpreis erfunden.

den, der „Echo“ heißt und gern so etwas wie die deutsche Antwort auf den amerikanischen Grammy wäre.

Einmal im Jahr rollt sich die Szene selbst den roten Teppich aus. Alle duzen sich, tragen Sakkos wie aus einem Fachgeschäft für Zaubereibedarf und freuen sich, wenn Jon Bon Jovi einen Hauch von internationalem Flair mitbringt.

Dazu werden Preise vergeben in so lustigen Kategorien wie „Erfolgreichster Künstler im Ausland“. Man ist nämlich wer, seit deutsche Markenartikel wie Mr. President oder Mousse T. sogar zum Exportschlager taugen. Und weil die Veranstaltung sogar knapp fünf Millionen Neugierige vor die Glotze lockt, gilt der Echo intern als echter Kracher.

Aber wenn Stein danach beim Lion's Club oder sonstigen Krawattenträgern einen Vortrag über seine Branche halten darf, merkt er schnell, daß die Zuhörer doch eher wissen wollen, was Whitney Houston denn so privat treibt. Oder wann Stefan Mross endlich seine Volksmusik-Freundin Stefanie Hertel ehelicht.

Da steht er dann: Stein, der Vorsitzende der Robert-Stolz-Stiftung, der International Vice President der Country Music Association in Nashville, das Beiratsmitglied der PopKomm-Gesellschaft zur Förderung von Musik und Kommunikations-



Schlagersänger Petry

Wahnsinnserfolg mit deutschem Liedgut

technologie. Und ist doch nur Stein, der Pausenc clown und Zirkusdirektor.

Auch der Umgang mit seinen Stars ist nicht einfach. All die Techno-Ziegenbärten oder Altrockers darf er nicht mit Smoking oder Verkaufsstatistiken erschrecken. „Ich bin ein Chamäleon“, sagt das Frontschwein der Emotionsbranche.

Vielleicht ist das auch der Grund, weshalb er sich so freut über seine neueste Herausforderung, die andere als Straflager interpretieren würden. Seit Anfang des Jahres ist Stein zusätzlich für das BMG-Geschäft in Ost- und Mitteleuropa verantwortlich. Geschäft ist allerdings geprahlt, denn Geld kann er bislang höchstens in Polen oder Ungarn verdienen. Bestimmt nicht in Israel oder Rußland.

Stein möchte jedenfalls „nicht im Büro verkümmern“. Deshalb flog er kürzlich begeistert zum Antrittsbesuch nach Istanbul. Natürlich war alles wunderbar schrecklich und so richtig zum Ärmelhochkrempeln. Er schaute aus dem Hochhaus, wo die BMG-Dependance untergebracht ist, sah weit hinten den Bosphorus und hörte sich das Katastrophenszenario seines türkischen Statthalters an.

Es gebe Tausende von Hörfunk- und TV-Sendern, die den ganzen Tag türkische Musik rauf- und runternudeln. Die internationalen Konzerne mit ihrem englischsprachigen Angebot balgten sich um nur fünf Prozent des Gesamtmarktes. Die Kunden hätten dank galoppierender Inflation kein Geld für Auslands-CDs, und jeder zweite Tonträger sei eine Raubkopie.

Wer Stein einen Tag lang in seinem Münchner Büro erlebt, beginnt zu ahnen, wie anstrengend der dauernde Farbwechsel für einen Mann sein kann, zu dessen



Mädchen-Combo Tic Tac Toe*: Wild keifend durch die Öffentlichkeit gefetzt

Pflichtlektüre das „Handelsblatt“ ebenso zählt wie die „Bravo“.

Morgens um zehn sitzt bereits eine junge Unternehmensberaterin zwischen seinen Hydrokultur-Bäumchen und CD-Schränken. Es geht um eine Ländervergleichsstudie des Tonträgermarktes. Die Frau trägt einen Nadelstreifenanzug und redet über Benchmarking. Steins Backenmuskeln arbeiten, als knabberte er Kieselsteine. Und dann sagt er, daß er vor allem wissen wolle, wie gut BMG Ariola ist. Einfach so. Und daß es deshalb doch gut wäre, sich zuerst mit den Konkurrenten im eigenen Land zu vergleichen.

Die Frau ist Profi. Sie braucht nur einen Schluck Mineralwasser, um gedanklich alles umzuschmeißen und die Idee umgehend toll zu finden. Vielen Dank. Der nächste, bitte.

Eine hibbelige Radio-Moderatorin will die Countrymusik vom Dosenbier-Image

befreien. Sie schlägt einen Themenabend auf Arte vor. Stein lacht, dort könne er jeden Zuschauer persönlich begrüßen. Sie fragt ihn, was er von einer Country-Zeitschrift halte, die mit beigelegter CD... Es ist nicht ihr Tag, denn natürlich will Stein seine Künstler nicht verschenken. Vielen Dank. Wir telefonieren.

Die Moderatorin verabschiedet sich, vorbei an der Eingangssäule mit dem gerahmten Spruch des finnischen Komponisten Jean Sibelius: „Sinn für Musik habe ich eigentlich nur bei Bankiers gefunden, höchst selten bei Künstlern, die lieber über Geld reden.“

Immer geht es um Geld. Meist geht es um daumendicke Verträge. Und nie geht es ohne Anwälte.

Am Nachmittag sitzt so einer vor Stein. Der Mann will ihm ein Geschäft rund um das in Bremen geplante Musical „Dr. Jekyll und Mr. Hyde“ schmackhaft machen. Der Anwalt sagt, daß er die CDs vor Ort in Eigenregie verkaufen möchte. Stein antwor-

tet, daß er dann bitte schön zu Warner gehen solle, weil das Souvenirgeschäft nun mal das einträglichste sei. Dann lächeln sie einander an wie zwei Taschendiebe, die sich gerade gegenseitig in die Hose gegrapscht haben.

Für Grönemeyers neues Album „Bleibt alles anders“ hat Stein mitgebieten, bis ihm die Augen tränten. Am Ende bekam EMI den Zuschlag. Oder Falco: Den hat er einst in den USA anpreisen müssen wie alte Mozartkugeln, und dann landete der Wiener mit „Rock Me Amadeus“ einen der wenigen Nummer-eins-Hits made in Germany. Zum Dank kam Falco später zu ihm, erzählte, daß EMI mehr biete, und so verabschiedeten sich die Partner voneinander. In aller Freundschaft. Ganz klar.

Mittlerweile ist Falco alias Hansi Hölzel gestorben – zugekokst in einem Straßen-graben der Dominikanischen Republik. Und EMI macht Kasse, auch weil er auf seiner letzten Single den eigenen Tod verkaufsfördernd heraufbeschwor: „Muß ich denn sterben, um zu leben“.

In Steins Büro sitzen inzwischen zwei ältere Glatzköpfe mit Flickenjeans und Aluköffchen, die Manager der Ost-Berliner Band Keimzeit. Bei denen geht es noch nicht ums Geld, weil Keimzeit kaum welches verdient. Also schaltet der Chef um auf Freund und Helfer: Ich kenn' euch doch, ihr seht irgendwie unzufrieden aus. Wir müssen die Popularität hochtreiben. So 'ne tolle Gruppe. In diesem Sinne. Alles klar? Alles klar!

Stein beherrscht auch die Rolle des gnadenlosen Paten, wenn ihm einer dieser oft lederjackigen Manager- oder Anwalts-Darsteller wieder mal zu naßforsch daherkommt. Er mimt den Beichtvater, wenn er Lee von Tic Tac Toe nach dem Selbstmord ihres Mannes und den Enthüllungen ihrer Puff-Vergangenheit in den gemeinsamen Snowboard-Ferien wieder einnorden muß.

Er trägt Lederjacke und fährt Harley, wenn er mit seinem Freund Maffay in der Sonne Mallorcas über neue Projekte sinniert. Er spielt Golf (Handicap 24), um den Kontakt zur Münchner Society nicht abreißen zu lassen. Und er freut sich, abends noch ein paar Jubilare beim BMG-Betriebsfest ehren zu können: sympathisch verwiterte Typen, von 40 Jahren Glamourgeschäft gegerbt. Hier ist Stein endlich zu Hause.

Tony Marshall singt ein paar seiner Bierzeltfeger. Gratis, als kleines Dankeschön für die gute Zusammenarbeit. Und der „Sänger & Showman“ Tom Robin schrammelt alle unter den Tisch, bevor aus seiner Karriere – wieder nichts wird.

Er dringt nicht bis zu Stein durch. Am Ende wird er an eine Ariola-Managerin verwiesen, die sagt, daß das ja alles ganz hübsch sei. Er solle doch noch zehn eigene Songs einspielen. Dann könne man ja wieder telefonieren. In diesem Sinne. Alles klar? Alles klar! ♦

* Bei der „Echo“-Verleihung in Hamburg am 5. März.