

Die Messe als Message

Die Umsätze stagnieren, und viele Stars liefern Flops: Beim weltgrößten Branchentreffen, der Kölner „Popkomm“, wird in dieser Woche gegen die Depression angefeiert.

überzeugt ihn, standzuhalten. Ein tränenreicher TV-Auftritt Gundulas scheint Becker endgültig zu erledigen, doch eigener Kampfgeist und Claudias Druck lassen Becker auch diesen Rückschlag durchstehen.

Er beendet die gewaltsame Besetzung einer Frankfurter Großbank durch streikende Stahlarbeiter, hält eine vehemente Rede und erzwingt ein TV-Duell mit Kanzler Böhm. Am Ende steht ein Erdrutschsieg des Kandidaten Becker.

Soweit fand Schröder – nach Driests Erinnerung – die Sache noch „witzig“, und er beglückwünschte den Autor, aus dem drögen Politstoff „90 Minuten Spielstruktur“ gefiltert zu haben.

Ermutigt von seinem Freund, dem Regisseur Volker Schlöndorff („Politik lässt sich nur als Thriller verkaufen“) peppte Driest die biedere Handlung jedoch im Laufe der letzten Monate zum harten Politkrimi auf. Claudia Kerner schlüpft nun aus ihrer Eindimensionalität in eine Doppelrolle: Ihr wahrer Name lautet Lea Teichmann, und sie ist von einem ehemaligen Mossad-Mann namens Salik auf Becker angesetzt.

Sie soll eine Situation provozieren, in der Salik den Sozialdemokraten töten kann. Grund: Salik handelt im Auftrag eines osteuropäischen Waffenhändlers, der viel Geld verliert, wenn der Kanzler Georg Becker den Euro verhindert. Doch Claudias Liebe zu Becker lässt sie ihren Auftrag vergessen, sie entwarfnet den Attentäter Salik. Becker wird Kanzler und gibt sein erstes Interview.

Berater, die Schröder sicherheitshalber auf Driest losgelassen hatte, protestierten, als sie vom geplanten Finale erfuhren. Die Analogie zur Wirklichkeit war ihnen zu makaber: Driest wollte seinen Helden am Ende der Geschichte reumütig zu Ehefrau Gundula zurückkehren lassen. Doch die hatte das gemeinsame Haus längst verlassen.

Flexibel entwarf er eine Alternative: Als Claudia/Lea gewahrt wird, daß es Becker, der von dem Doppelleben der Geliebten nichts ahnt, wieder zu Frau Gundula drängt, zieht sie, aus Eifersucht, nicht aus Pflichterfüllung, die Waffe gegen Becker, wird aber von einer Leibwächterin des Politikers erschossen.

Ob dieses Finale Gerhard Schröder und seiner Partnerin Doris Köpf besser gefällt?

Burkhard Driest findet jedenfalls die neue Variante gelungen und ist finster entschlossen, „jede Art von spießigem Einfluß“ auf seine künstlerische Freiheit zu ignorieren.

Ein Problem allerdings hat Driest noch nicht gelöst: Er braucht noch einen Produzenten. Bei den ersten Reaktionen auf sein Projekt hat er „eine typisch deutsche Form von Ängstlichkeit“ ausgemacht – vor prozeßträchtigen Reaktionen lebender Personen, die sich in ihren Persönlichkeitsrechten verletzt fühlen könnten. ◆

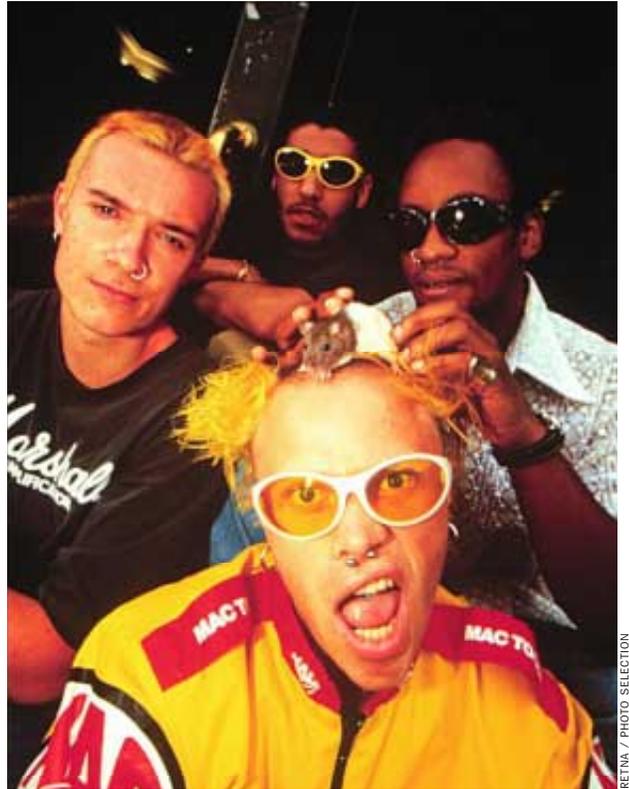
Ein Springbrunnen plätschert auf dem Kunstrasen, ein paar Blumenbeete sind angelegt, dazwischen stehen Parkbänke, und die Vögel zwitschern vom Band. Weiße Mauern schirmen das künstliche Idyll von der hektischen Außenwelt ab – der Stand des Plattenlabels Motor Music auf der Kölner Musikmesse „Popkomm“, zu der von Donnerstag an mehr als 14 000 Besucher und 668 Aussteller aus 23 Ländern erwartet werden, soll eine Oase der Ruhe werden.

Die Hamburger Firma kann sich Gemütlichkeit leisten: Sie hat je drei Singles und drei Alben in den Top-20-Listen. Der Motor-Music-Rapper Nana beispielsweise hat von seinem Debütalbum knapp 250 000 Stück verkauft und innerhalb von zwei Monaten 500 000 Singles des Hits „Lonely“. Und die Gruftrocker von Rammstein setzten 400 000 CDs ab.

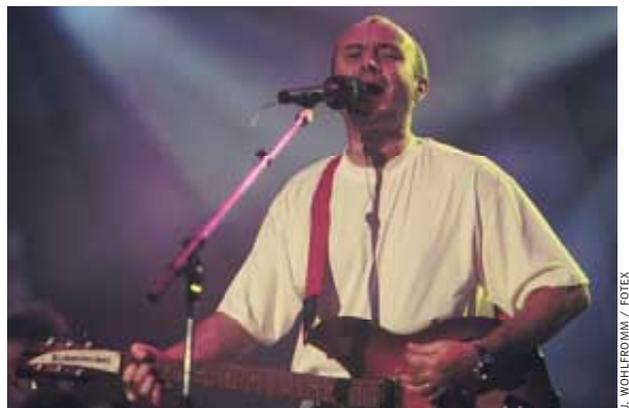
Doch außerhalb der weißen Mauern wird die Stimmung auf der Popkomm düsterer sein. „Die Musikbranche ist in einer angespannten Lage“, sagt Heinz Canibol, Geschäftsführer der Plattenfirma Universal, „der Markt gibt nicht mehr soviel her.“

Schon im vergangenen Jahr hatte das Wachstum nur 2,2 Prozent betragen, inflationsbereinigt blieb gerade mal eine Steigerung von 0,8 Prozent. In diesem Jahr gab es zwar zweistellige Zuwächse im Januar und März, aber auch zweistellige Verluste im Februar und Mai. Branchenkenner rechnen 1997 insgesamt mit maximal 1,5 Prozent Zuwachs.

Für das Absatztief gibt es verschiedene Gründe: die trübe Wirtschaftslage, hohe CD-Preise, mäßige Platten und glatte Lan-



Neustars von The Prodigy: Wilde Elektropunks



Altstar Collins: Mäßige Platte und glatte Langeweile

geweile von Stars wie Phil Collins, U2, R.E.M. und Michael Jackson. Außerdem haben vor allem die älteren Kunden inzwischen ihre Lieblingsschallplatten durch CDs ersetzt. Neue Alben kaufen sie nicht, weil in den riesigen Läden der Musikmarktketten oft die Beratung fehlt.

Allgemein verlagert sich das Geschäft von der traditionellen Mainstream-Musik

aus Rock und Pop hin zur elektronischen Dance-Musik. Aus der kommen die neuen Stars der Branche: die wilden britischen Elektropunks von The Prodigy zum Beispiel, in Deutschland das Kölner DJ-Projekt Mouse on Mars oder die Düsseldorfer Soundtüftler-Gruppe Kreidler. Doch auch die Dance-Sparte ist längst ein unübersichtliches Universum von Musikrichtungen, Techno beispielsweise ist mittlerweile nurmehr ein loser Oberbegriff für Stile wie Gabba, Goa oder Handbag (benannt nach den Handtaschen, welche die Tänzerinnen während der Party auf der Tanzfläche parken). Irgendwann wird es vielleicht genauso viele Stilrichtungen geben wie Fans.

„Die Kundenströme lassen sich nicht mehr so leicht lenken“, sagt Dieter Gorny, Chef des Musiksenders Viva und Gründer der Popkomm. Die Industrie müsse sich umstellen, denn es sei immer schwieriger, mit Großproduktionen die Massen anzulocken. Die „Pop Mart“ beispielsweise, das Großspektakel der irischen Rockband U2, ist bereits in Deutschland unterwegs, trotzdem sind die Konzerte in Hannover und Nürnberg noch nicht ausverkauft. Vor allem jugendliche Musikfans gehen lieber in Raveclubs oder zu Megapartys wie der Love Parade – die Musik, die sie dort hören, macht nur Spaß, wenn sie laut ist, und eignet sich deshalb nur bedingt für die Stereoanlage zu Hause.

Neue Künstler wie die Rapperin Sabrina Setlur aufzubauen oder neue Platten von alten Stars anzupreisen, ist teuer. Udo Lange, Chef der Plattenfirma Virgin, schätzt, daß seine Marketingkosten im vergangenen Jahr um 25 Prozent gestiegen sind. Etwa eine Million Mark müsse er an PR-Kosten wie Fernsehspots, Plakate und Anzeigen für einen internationalen Superstar investieren, immerhin noch ein paar hunderttausend Mark sind es für einen deutschen Künstler. Die Produktion für ein Video, das auf Viva gesendet wird, kostet mindestens 80 000 Mark.

Auch das Geschäft mit der Klassik ist schwieriger geworden. Eine „galoppierende Schwindsucht“ hat die WELT AM SONNTAG beim Umsatz mit Bach, Beethoven und Brahms festgestellt: Der Klassik-Anteil am deutschen Tonträger-Umsatz ist von zehn auf sieben Prozent abgesackt – die Schränke der Klassikfreunde sind schon voll mit CDs von Karajan und Bernstein, und neue große Namen gibt es nicht. Die Flaute sei „kein vorübergehender Engpaß“, sagt der Sony-Music-Präsident Peter Gelb, es sei „die Katastrophe“. Den Firmensitz in Hamburg löste er auf; auch bei der Deut-



Love Parade in Berlin: Laute Musik für die Party – nicht für zu Hause

schen Grammophon wurde die Belegschaft der Hamburger Zentrale um ein Viertel reduziert und die Produktion gedrosselt.

Da ist Phantasie gefragt. Die Kölner Plattenfirma EMI Electrola beliefert inzwischen mehr als 6500 Filialen der Drogeriemarkt-Kette Schlecker mit CDs. Weitere Verkaufsstellen sind Tankstellen und Supermärkte. Musik müsse dort im Regal stehen, sagt der EMI-Geschäftsführer Helmut Fest, „wo 99 Prozent der Bevölkerung tagtäglich einkaufen“.

Neue Gefahr für den Absatz birgt das Internet. Musikfreunde wie der niedersächsische Student Hendrik, 26, laden sich die Titel gebührenfrei aus dem Netz herunter und brennen die besten auf CD. „Im Netz gibt es alles, was du willst“, sagt Hendrik. Ein neues, vom Erlanger Fraunhofer-Institut entwickeltes Programm kann die Daten von Musikstücken zehnfach verkleinern, in sogenannte Mp3-Dateien verwandeln und durchs Netz schicken. Webseiten wie „Jeff's Mp3 Audio Page“ verweisen auf Tausende von Musikstücken. In wenigen Monaten verzeichnete Jeff eine halbe Million Zugriffe. Und natürlich gibt es im Netz nicht nur Pop: Der größte

Teil des Klassik-Geschäfts sei „ausgesprochen international“, sagt EMI-Chef Fest, und biete sich „daher besonders für eine Exploitation durch solche Medien an“.

Das Herunterladen eines ganzen Albums dauert allerdings immer noch einige Stunden. Hendriks Universität läßt jedoch bald Glasfaserkabel verlegen, dann kann der

Student sich sehr viel schneller eine neue CD zusammenstellen.

Derlei bedrohliche Entwicklungen will die Plattenindustrie auf der Popkomm mit Rekorden übertönen: mehr Besucher, größere Stände (Durchschnittskosten: 50 000 Mark), mehr Partys. „Natürlich ist die Messe auch ein Jahrmarkt der Eitelkeiten“, sagt Bernd Dopp, Geschäftsführer der WEA Records, „mit einem Riesen-Proporz und einer unglaublichen Materialschlacht.“ Universal-Chef Canibol befürchtet sogar einen „Overkill“. Vielleicht solle man das Geld in Produktwerbung stecken, sagt er, „statt in die Selbstdarstellung auf einer Kirmes wie der Popkomm“.

Für richtige Deals ist auf der Messe sowieso kaum Zeit. Da werde „Wie geht es?“ gefragt, „Super!“ geantwortet und noch „Wir telefonieren!“ gerufen, erzählt ein Plattenfirmen-Chef, dann gehe es schnell weiter zum nächsten Stand. Und alle freuen sich auf die Partys am Abend. Popkomm-Gründer Gorny sieht das natürlich anders: „Es kommen doch nicht 14 000 Leute aus aller Welt nach Köln, um dort nur Party zu machen.“ Für ihn geht es in erster Linie um Kreativität und Kommunikation – die Messe als Message.

Kreativität tobt sich vor allem außerhalb der Messe aus. Um gegen die hohen Clubmieten während der Popkomm zu protestieren, hat sich Dittmar Frohmann, Chef der Berliner DJ-Agentur „blaou“, eine spektakuläre Aktion ausgedacht. Am Freitag wird der Szene-Künstler Jim Avignon in eine Kölner Bankfiliale gehen und die Angestellten ablenken, während die DJs Dixon und Mitja Prinz blitzschnell ihre Anlage aufbauen. Dann wollen sie House-Musik um die Wette spielen – bis die Polizei auftaucht und der fröhlichen Sponti-Party ein Ende macht. ♦



Rapperin Sabrina Setlur

B. BORESTMANN / ARGUM