

KOLLEKTION

■ **MAGAZIN DES INSTITUTS FÜR POPULARMUSIK**

■ **UNIVERSITÄT FÜR MUSIK UND DARSTELLEND KUNST WIEN**

■ **JÄNNER 2003**



IMPRESSUM

**Universität für Musik
und darstellende Kunst Wien**

Institut für Populärmusik:
Anton von Webern Platz 1
A-1030 Wien
Sekretariat:
Tel: +43-1-71155-3801
Fax: +43-1-71155-3899
office@ipop.at

Verantwortlicher Herausgeber:

Dr. Harald Huber

Wissenschaftlicher Bereich:
Metternichgasse 8
A-1030 Wien
Tel: +43-1-71155-3810
Fax: +43-1-71155-3799
huber-h@mdw.ac.at

Redakteur:

Mag. Günther Wildner

Zwerngasse 6/5
1170 Wien
Tel: +43-1-48 40 428 = Fax
wildner@wildnermusic.com

Visuelle Gestaltung:

Mag. Angelika Kratzig

kratzig@sil.at

INHALT



- 9 Mut machen zur Eigenständigkeit
und vertraue auf dein Herz**
von Elfi Aichinger
- 11 Inhalt schafft Form.
Ein Versuch über Werner Pirchner
(1940-2001)**
von Andreas Felber
- 13 Vernetzung der Strukturen**
von Martin Fuss
- 15 Pop-Peripherie Österreich.
Die österreichische Musikwirtschaft
im Zeitalter der Globalisierung**
von Andreas Gebesmair
- 19 Stimmt on 192**
von Franz Hautzinger
- 20 Pop, Klassik und Crossover.
Über Differenzen zwischen kulturellen
und musikindustriellen Kategorien**
von Harald Huber
- 28 Let's talk about gender.
Frauen in der Rap-Musik.**
von Michael Huber
- 40 Von nix kommt nix**
von Martin Kelner
- 41 Studieren und konzertieren**
von Heribert Kohlich
- 42 MIRA & Lizenz zum Löten**
von Albert Kreuzer
- 44 Pflicht und Kür für Bassisten
und andere ...**
von Willi Langer
- 45 Der integrale Gitarrist**
Gespräche mit Arnoldo Moreno
- 50 Schön ist die Welt ...**
von Wolfgang Peidelstein
- 51 Shut Up and Play**
von Herbert Pichler
- 52 Widerstand und Anpassung
in der Geschichte der Popmusik:
Fragmente zur Produktion von Popmusik**
von Alfred Smudits
- 57 Wie kreativ ist die Musikindustrie?**
von Peter Tschmuck
- 67 ÜM, ÜM, ÜM**
von Heimo Trixner
- 68 Faces the Changes.
Die Musikwertschöpfung im Umbruch**
von Günther Wildner



EDITORIAL

Das Jahr der Gründung des Instituts für Populärmusik mit seiner schönen Ziffersymmetrie 2002 neigt sich seinem Ende zu. Nach zwei vorbereitenden Ausgaben im Vorfeld der Institutsgründung erscheint nun die „Kollektion 3“ als neu gestylte und erstmals gedruckte Sammlung von Texten und Beiträgen des „ipop“. Dabei wurde, wie auch schon in den vorangegangenen Magazinen, die dem Institut zugrunde liegende Idee der Integration von Theorie und Praxis realisiert. Dementsprechend reicht die Spannweite des Heftes von einem Versuch über Werner Pirchner bis zur aktuellen Lage der Musikindustrie, vom Pop-Klassik-Crossover bis zum Umgang mit einem Lötkolben, vom Thema „Frauen im Rap“ bis zur Aufforderung „Shut Up and Play“ u.v.a.m.

Damit dient die Kollektion sowohl dem institutsinternen Dialog als auch der Repräsentation des Instituts innerhalb und außerhalb der Universität. Das Wagnis, ein Institut für das weite Feld von Musikrichtungen einzurichten, für die der Begriff „Populärmusik“ ein mehr abstraktes als konkretes Dach bietet (den Fokus, sich an der Kategorie der Popularität zu reiben), wird noch erweitert durch das Wagnis, wissenschaftliche und künstlerische Zugänge in ein und demselben Institut zu etablieren. Dieser Spannbreite von unterschiedlichsten Sichtweisen und Standpunkten ein Forum zu geben, ist das Anliegen der „Kollektion“. Aus erfrischender Konfrontation möge Interdisziplinarität entstehen.

Ein weiterer wesentlicher Schritt derzeit ist die zweite Chance, die die Neugestaltung des Studienplans der Studienrichtung IGP (Instrumental- und Gesangspädagogik) für die Realisierung eines spezifischen Lehrveranstaltungspaketes für Studierende eines zentralen künstlerischen Faches der Populärmusik bietet. Es ist gelungen, in zahlreichen Gesprächsrunden und Veranstaltungen einen entsprechenden Entwurf zustande zu bringen, der bis dato den Konsens sowohl innerhalb

unseres Instituts als auch in der zuständigen Studienkommission findet. Ein entsprechendes Qualifikationsprofil für IGP-Absolventen und Absolventinnen bildet den Auftakt der folgenden Beiträge. Der Studienplanentwurf ist auf der Homepage www.ipop.at abrufbar.

Das Jahr 2002 war auch ein Jahr der erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem „Projekt!Pop“ (AKM/GFÖM), seinem Leiter Harry Fuchs und dem Projekt „sound base“ des Vereins Wien X-tra, dem Nachfolgeprojekt des „Popodrom“. Ein Songwriting Workshop im Februar dessen Ergebnis-CD bei internationalen Musikmessen wie PopKomm und MIDEM eingesetzt wird, ein Music Camp im August mit Referenten wie Sandra Pires u.v.a. sowie zwei feedback demo listening sessions mit Vertretern der Musikindustrie und der österreichischen Medienlandschaft sorgten jeweils für ein volles Haus und öffentliche Aufmerksamkeit.

Besonderer Dank für das Zustandekommen der „Kollektion 3“ gebührt einerseits allen Autorinnen und Autoren von Beiträgen sowie in besonderem Maß Günther Wildner für die redaktionelle Arbeit, Angelika Kratzig für die graphische Gestaltung, Rektor Prof. Werner Hasitschka sowie unserem Institutsleiter Stefan Jeschek für die Bereitstellung der finanziellen Mittel.

Harald Huber



VORWORT

Wenn Sie diese Zeilen lesen, liegt die Gründung des Instituts für Populärmusik bereits acht Monate zurück - es ist also gelungen, das schon in den vergangenen zwei Ausgaben der „Kollektion“ immer wieder angesprochene Institut in der geplanten künstlerisch - wissenschaftlichen Form an der Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien zu etablieren.

Diese für uns überaus erfreuliche und bedeutsame Tatsache - kennen wir doch im Umfeld kaum eine vergleichbare Institution - bietet uns nun die Möglichkeit, sowohl innerhalb als auch außerhalb der Universität unsere künstlerischen und wissenschaftlichen Anliegen wesentlich kompakter als bisher zu vertreten und auch zu präsentieren.

Bevor ich Ihnen nun aber das vorliegende Heft ganz besonders ans Herz lege, möchte ich noch unbedingt mit einigen Fakten und Schlagworten über das Institut, im folgenden „iPOP“ genannt, Ihre Neugier wecken:

Über dreißig Mitarbeiter beschäftigen sich mit der Pflege „alter Musik“ (Jazzstandards) bis zur Analyse der aktuellsten Popsongs, verwenden dafür modernste Technologien für zeitgemäße Musikproduktion und geben Anleitung zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Phänomenen der Populärmusik. Ihr stilistischer Bogen spannt sich vom deutschen Schlager über Flamenco, drum&bass, Rock'n Roll bis zur freien Musik und ihr Instrumentarium reicht von den gängigen Populärmusikinstrumenten bis zur quartertone trumpet, der Theorbe oder dem Teremin.

Darüber hinaus beinhaltet unser Angebot an die Studierenden ebenso „songwriting“ wie eine Big Band, unser Fokus liegt aber ganz besonders auf der Förderung der Kreativität im improvisatorischen und kompositorischen Bereich.

Sollten sich bei den vorangegangenen Begriffen keine entsprechenden Assoziationen eingestellt haben, verweise ich Sie auf folgendes:

```
<?PHP
if ($NoDBAuth)
$db_handle = sql_open ($DB, $DBAppUser, $DBAppPass, $DBDB);
else
$db_handle = sql_open ($DB, $DBUser, $DBPass, $DBDB);
$queryList .= sprintf ("%01.3f", $sql_execTime).":s: CONNECT TO $DB OPEN
$DBDB\n";
?>
```

Diese und noch einer Vielzahl ähnlicher Zeichen ergeben unsere erst kürzlich erschienene Homepage

„www.ipop.at“.

Neben unseren Zielsetzungen, den Biographien unserer Mitarbeiter, den Daten zur Kontaktaufnahme, vielen relevanten Studieninformationen, den Informationen über unser Tonstudio können sie hier Ihre Kommunikationslust bei einer steigenden Anzahl von interaktiven Möglichkeiten ausleben. Schreiben Sie einen Kommentar in unser Gästebuch, treten Sie unserem Forum bei, um über die unterschiedlichsten Themen von Softwarefragen bis zur Tonabnehmerlötlötanleitung zu diskutieren, steuern Sie einen Link zu unserer Linksammlung bei oder informieren Sie sich über die Aktivitäten unserer Dozenten und Studenten im Event-Kalender.

Nun möchte ich Sie aber nicht länger von der Lektüre der aktuellen „Kollektion Nr.3“ abhalten,

```
if ($popupevent == 1)
echo „keep grooving“
```

Stefan Jeschek



IGP

POPULARMUSIK: QUALIFIKATIONS- PROFIL

☛ Musikalische Betätigung ist heute, entsprechend dem Pluralismus des gegenwärtigen Musiklebens, vielfältig und breit gestreut. Durch die Entwicklung der Musik im 20. Jahrhundert wurde zusätzlich zur Pflege des Erbes der abendländischen Kunstmusik eine Fülle neuer Traditionsstränge eröffnet: die Moderne, der Jazz, die Pop- und Rockmusik, Elektronik und Computermusik, das Musical als neue Form des populären Musiktheaters, Folk und World Music als Folge internationalen Kulturaustauschs etc. Gegenwärtig sind im Sinne postmoderner Kunstströmungen höchst lebendige Austauschprozesse zwischen all diesen Genres zu beobachten.

Als Konsequenz des Pluralismus sind auch die Wege des Musiklernens dementsprechend vielfältig geworden. Liebe zur Musik und künstlerische Betätigung entfaltet sich für viele Heranwachsende gegenwärtig im Rahmen von Stilsfeldern wie Pop, Rock, Jazz, Folk, Elektronik, Latin, HipHop etc. Entsprechend groß ist auch die Nachfrage nach Lern- und Ausbildungsangeboten in diesen Musiksparten. Die Notwendigkeit eines in mancher Hinsicht besonderen Berufsbildungsweges für in diesen Genres speziell qualifizierte Musiklehrer im Rahmen der Studienrichtung „Instrumental- und Gesangspädagogik“ ergibt sich durch eine Reihe von stilistischen Besonderheiten, die im Fachbegriff „Populärmusik“ zusammengefasst werden:

- afroamerikanische Musiktradition (Rhythmik, Harmonik, Melodik, Sound, ...),
- hoher Anteil an Improvisation und kreativer Umgang mit musikalischem Material,
- spezifisches Instrumentarium je nach stilistischer Ausrichtung,
- vielfältiger Einsatz neuer Musiktechnologie (analog, digital),
- Zusammenhang von Emotion, Gesang, Text, Tanz und Performance (Songtradition),
- multimediale Aufbereitung und Vermittlung (Show, Videoclip, Film, Fernsehen, ...),
- unmittelbare Konfrontation mit den Verhältnissen des internationalen Musikmarkts.

Die Studie „Die Musikwirtschaft Österreichs“¹, erstellt im Auftrag der österreichischen Urheberrechtsgesellschaften, der IFPI Austria, der Wirtschaftskammer u.a., die bei volkswirtschaftlich gesehen relativ hoher Branchengröße² einen deutlichen Überhang reproduktiver musikalischer Tätigkeiten und einen eher schwach entwickelten Kreativbereich konstatiert, kommt in der Zusammenfassung der Forschungsergebnisse zu folgendem Schluss:

Langfristig ist Ausbildung ein zentraler Impulsgeber für den Beginn der Wertschöpfungskette. ... Der rein mengenmäßige Nachteil der Kleinstaatlichkeit kann nur durch die Erhöhung der Ausschöpfung von Talenten kompensiert werden. Will man die Chancen bei limitierten Potentialen

erhöhen, ist in allen Ausbildungsstufen moderne Unterhaltungsmusik als Unterrichts-, Lehr- und Studiengegenstand zu fördern.³

Die Ausbildung von Instrumental- und Gesangslehrern an der Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien hat demnach folgende Ziele in ihrem Ausbildungsangebot zu berücksichtigen:

1. Studium der zur Populärmusik zählenden Musiktraditionen auf höchstem künstlerischen Niveau und entsprechend der real gegebenen stilistischen Vielfalt.
2. Optimale Förderung des kreativen Potentials im gesamten Bundesgebiet, vor allem aber standortbedingt in Nord- und Ostösterreich (OÖ, NÖ, Wien, Bgld.).
3. Fähigkeit, auf verschiedene Interessenslagen von Schülern eingehen zu können und – auch im sozialpädagogischen Sinn – motivierend und fördernd zu wirken.
4. Kenntnis didaktischer Ansätze des Umgangs mit Jazz, Pop und anderen Genres der Populärmusik in der Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen im schulischen und außerschulischen Bereich.
5. Auseinandersetzung mit der Theorie und Geschichte populärer Musikformen, Kenntnis von entsprechender Literatur der Jazz- und Populärmusikforschung, Fähigkeit zu wissenschaftlicher Analyse und zu fachspezifischem Ausdrucksvermögen.

6. Auseinandersetzung mit den Gegebenheiten des österreichischen, deutschsprachigen, europäischen und internationalen Musikmarkts.
7. Fähigkeit, das Spektrum der Ausdrucksmittel der aktuellen Musikszene für die künstlerische Bearbeitung der gegenwärtigen Lebensverhältnisse einzusetzen.

Ziel ist letztlich die Integration von Tradition und Innovation, von reproduktiver und kreativer musikalischer Betätigung, von Vergangenheit und Gegenwart im Rahmen von Musik- und Kunstschulen, Volkshochschulen, Jugendzentren, Konservatorien, Musikuniversitäten und am freien Markt.

(1) Scheuch, Fritz:
Die Musikwirtschaft
Österreichs.
Strukturen, Chancen
und wirtschaftliche
Bedeutung,
Wien 2000
(2) 1,25 % des
Bruttoinlandsprodukt
s. 42 537 Beschäftigte
(3) Scheuch 2000,
s. 98

MUT MACHEN ZUR EIGENSTÄNDIGKEIT UND VERTRAUE AUF DEIN HERZ



■ VON ELFI AICHINGER

■ Was hat sich Neues ereignet/was gibt es zu berichten in den Feldern?

Unterricht & Universität

Das Neue bzw. Alte ist, dass man unser Fach versucht zu beschneiden, wo es nur geht.

Nur mehr halber Lehrauftrag!!!

Persönliche künstlerische Tätigkeit

Ich war gerade „artist in residence“ in NÖ (nach Christian Kolonovits), sehr erfolgreiche Produktion meiner abendfüllenden Komposition „langsam wie ein planet sich dreht...“

■ Welche drei Unterrichtswerke/Schulen für Dein Instrument erachtest Du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. Es gibt keine Schulen, die ich verwende.
2. Die Auswahl der Stücke ist wesentlich, die Qualität der Kompositionen.
3. Man muss z.B. in den Realbooks die Highlights finden, nicht unbedingt das, was alle kennen.

Ich bringe auch eigenes Material und versuche, die StudentInnen zum Schreiben zu motivieren.

4. ...
5. ...

■ Welche drei Improvisationskonzepte bzw. Improvisationswerke/Schulen für Dein Instrument bzw. allgemeiner Natur erachtest du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. Grooves
2. Freie Improvisation
3. Sounds
4. Lines
5. Improvisation über Chords.
6. Improvisation bedeutet In-Sich-Hören, das tun, was für einen gerade da ist - nicht mehr, Atem haben und Zeit, Draufdrücken im Zirkussinn finde ich wenig ergiebig.
7. ...
8. ...

■ Dein Motto/Leitspruch als Lehrer/Pädagoge:

„Unterstütze mit einem breiten Angebot den Weg der StudentInnen; Mut machen zur Eigenständigkeit.“

■ Dein Motto/Leitspruch als Künstler/Musiker:

„Vertraue auf dein Herz und deinen Geist, lass dich berühren, dann erreichst du andere!
Schubladen zu öffnen, ist zu wenig. Man muss sich und die Musik permanent neu erfinden, ob als InterpretIn oder KomponistIn.“



INHALT SCHAFFT FORM

■ EIN VERSUCH ÜBER WERNER PIRCHNER (1940-2001)

■ VON ANDREAS FELBER

■ „Grenzgänger“. „Seiltänzer über E- und U-Musik-Welten“. „Wanderer zwischen den Stilen“. Irgendwie hinterlassen all diese oft strapazierten Stehsätze gerade im Hinblick auf Werner Pirchner einen schalen, unbefriedigenden Nachgeschmack. Auch wenn man den Komponisten nicht persönlich gekannt hat: Sobald man sich in die Kompositionen vertieft, Texte liest, seine Vita Revue passieren lässt, entsteht der Eindruck eines Menschen, bei dem Person und künstlerische Arbeit, Leben und Denken, Form und Inhalt schlicht einen höheren Grad der Koinzidenz erreicht haben als bei anderen. Vielleicht gerade deshalb, weil sich hier der Inhalt oft selbst seine Form schuf, schaffen musste, anstatt eine bestehende auszufüllen. Pirchner, der Autodidakt wider Willen, Pirchner, der Tiroler, Pirchner, der gesellschaftskritische Nonkonformist, der Grübler, der Perfektionist. Auf seinen Partituren und Schallplatten ist alles Pirchner, vom ersten bis zum letzten Buchstaben, von der ersten bis zur letzten Zeichnung, von der ersten bis zur letzten Note. Alles ist durchdrungen von einer pointenreichen und doch feinsinnigen kreativen Energie, die sich urwüchsig Bahn bricht und zu sinnlich-plastischen Gestalten gerinnt. Alles hat Bedeutung, nichts ist Zufall. Keine Note scheint je überflüssig.

Vielleicht hatte das alles ja bereits mit seinem Vater zu tun, einem überzeugten Gegner des

Nationalsozialismus, einem auch in seiner Armut aufrechten Menschen mit kritischem Bewusstsein gegenüber Autoritäten. Vielleicht waren es auch die Umstände der Kriegsjahre, in die Werner Pirchner 1940 in Hall in Tirol hineingeboren wurde: Obwohl noch ein Kind, gruben sich die Angst vor den NSDAP-Parteigängern, die Bombenangriffe, aber auch die mit Schlägen traktierten Zwangsarbeiter unauslöschlich in sein Gedächtnis ein – um sich Jahre später darüber zu wundern, wie ein damals erwachsener Mann später, als er Bundespräsident wurde, all dies vergessen konnte.

Der Vater, der aus der Kriegsgefangenschaft eine Ziehharmonika mitbrachte, auf der auch der Sohn bald seine ersten Klänge herausquetschte, war nicht der einzige eigenwillige Geist in der Familie. Einer von Werners Onkel dürfte zumindest in Tirol der einzige Bergbauer gewesen sein, der nicht nur einen Plattenspieler, sondern auch ein paar Scheiben mit Jazzmusik besaß. Das genügte. Nur auf Wunsch der Mutter beendete Pirchner die vierjährige Schriftsetzer-Lehre, am Tag nach der Gesellenprüfung, im Juli 1958, hinterließ er seinen Eltern einen Zettel mit der lapidaren Erklärung: „*Ich bin Musiker!*“ Für ihn war klar, dass er Jazz spielen wollte: „*Swing war einfach etwas total Unmilitärisches, und das hat mir schon genügt, dass ich verliebt war in Swing*“, wird Pirchner von Sonja Kirchmair zitiert.¹ Noch 1959 legte sich der eigensinnige junge Mann

ein – in alpenländischen Gefilden geradezu exotisches – Vibraphon zu. Daneben verdingte er sich als Bar-Pianist in Wien und München, 1963 kam er im Quartett Oscar Kleins, dessen Repertoire sich damals noch keineswegs auf Dixieland-Jazz beschränkte, zu seinem Platten-Debüt. Das Konservatorium in Innsbruck blieb Pirchner verschlossen, also musste er seine Neugierde im Selbststudium stillen: Die Harmonielehre Schönbergs wie auch die Schriften Theodor W. Adornos und Josef Matthias Hauers wurden durchgearbeitet, John Cages Gedanken zur Stille waren ihm ebenso Inspiration wie die Violin-Sonaten Bachs, die Pirchners eigentliche Vibraphon-Schule darstellten. Thelonious Monk, Gil Evans, Bartók, Bert Brecht, Schubert, Kafka, Karl Valentin und Kurt Schwitters gab Pirchner später als Kompositionslehrer an. Seine tonsetzerische Initiation bedeutete die Filmmusik zu den Städteporträts von Henry Materna, die 1966 als „24 Deka Jazz-Lieder“ die (ursprüngliche) Nummer 1 des Werkverzeichnisses (PWV) bildeten.

Zum Texten hatte Pirchner damals bereits der Heimatfilm „Erzherzog Johanns große Liebe“ angeregt, dessen Liedzeile „*Wo das Büchserl knallt ...*“ sich in seinem Kopf assoziativ in den Versen „*und das Bomberl fällt / und Granaterl zwischert / durch die Luft*“ fortpflanzte. Es war der erste Baustein des berühmten „Halben Doppelalbums“, das Pirchner 1973 nach jahrelanger Arbeit notgedrungen im Selbstverlag publizierte. „*Auf dea plattn sing i liada / für die brave burschoasie / für zivil- und schovinisten / kanzl- und militaristen / und für klerikale brüada / und vielleicht a poa für di*“ – schon der einleitende „Urolog“ ließ den genialen Satiriker spüren, der sich in diesem seinem radikalsten gesellschaftskritischen Statement in bitterbösem Humor über Kirche, Krieg und Vaterland ausließ. Der legendäre Skandal, der der Platte Sende- und ihrem Urheber Hausverbot im ORF-Landesstudio in Innsbruck bescherte, wurde ein Jahr später im gemeinsam mit Christian Berger produzierten Kurz(heimat)film „Der Untergang des Alpenlandes“ prolongiert.

Die Bekanntschaft mit Gitarrist Harry Pepl verschob 1975 unerwartet die Arbeitsprioritäten. Schon bald schälte sich aus dem ursprünglichen Quartett „Hip Jargon“ die legendäre Duo-Achse des „Jazz-Zwio“ heraus, die vor allem in der ersten Hälfte der 80er Jahre internationale Erfolge feierte.

Drei LPs - „Gegenwind“ (1979), „Live in Montreux“ (1981) und „Pirchner/Pepl/DeJohnette“ (1982) - dokumentierten die wilde, ungezähmte Musik des kongenialen Tandems, das sich vorübergehend auch in andere Formationen, etwa das Quartett „Austria 3“ oder das „Vienna Art Orchestra“ (Debüt-LP „Tango from Obango“, 1979) eingemeindet fand.

Seinen letzten Auftritt am Vibraphon bestritt Werner Pirchner 1988, drei Jahre nach der Auflösung des „Jazz-Zwio“, im Rahmen des Deutschen Jazz-Festivals Frankfurt mit Albert Mangelsdorff und Bass-Talent Robert Riegler. Pirchner wollte sich auf seine neu definierte Rolle als Komponist konzentrieren, für die 1981, just am Höhepunkt der Jazz-Karriere, unvermutet der Startschuss gefallen war: Der Tiroler Geiger Peter Lefor hatte ihn eines Tages darüber informiert, dass er für ein Konzert ein Solo-Violin-Stück Werner Pirchner auf's Programm gesetzt hatte. Dieser hatte neben Film- und Hörspielmusik bislang nur für Ensembles wie die ORF-Bigband und die Eisenbahner-Musik („Präludium und Fiasko“, 1977) komponiert und sah sich nun gezwungen, das zu tun, woran ihn der „Respekt vor den größten Meistern“ bisher gehindert hatte: für den klassischen Konzertsaal zu schreiben. Die fulminante,

Wie kaum ein anderer hat dieser Komponist Haltung gezeigt, sich in seinen Werken engagiert und konfrontationsfreudig gegeben.

dreisätzige Violinsonate „Good News from the Ziller Valley“ war das Resultat, dem rasch weitere Stücke folgten: Der Pirchner-Klassiker „Do You Know Emperor Joe?“ für Blechbläserquintett, jene Kaiser Joseph II. gewidmete Suite, in deren letztem Satz unter dem Motto „Die Donau ist blau – wer nicht?“ der Donauwalzer lustvoll dekonstruiert wird, das „Streichquartett für Bläserquintett“ oder auch die „Kammersymphonie Soiree Tyrolienne“. Obwohl der beißende Sarkasmus des „Halben Doppelalbums“ sowohl in den würzigen Titelgebungen als auch in der Musik weiterhin spürbar blieb, bedeuteten diese Opera für Pirchner

(1) Sonja Kirchmair: Werner Pirchner. Biographie und kommentiertes Werkverzeichnis eines Komponisten aus Tirol. Diplomarbeit an der Hochschule für Musik und darstellende Kunst Wien 1998; S. 33.



– zeit seines Lebens in Tirol, zuletzt in Thaur, wohnhaft – doch auch eine Art „Heimkehr“. Unüberhörbar wirkten nun ironisierende Distanz zur und Respekt vor der gewachsenen volksmusikalischen (Bläser-)Tradition ineinander. Obwohl oft eigentümlich gestaucht, zerknittert, verfremdet, in neoklassizistischer Manier dissonant illuminiert, war zu spüren, dass der Komponist die sinnlichen Qualitäten dieser Musik als Teil seiner Sozialisation erkannte. Mit dem augenzwinkernden Festhalten an der Tonalität reihte er sich zudem würdig in die Reihe der österreichischen Avantgardeverweigerer Zykan, Schwertsik, Eröd und HK Gruber ein.

Trotz starker Resonanz durch prominente Musikerschaften wie das Bläserensemble der Wiener Philharmoniker, das Ensemble „Kontrapunkte“, Ernst Kovacic und HK Gruber (der die „Kammersymphonie“ auch mit dem „Ensemble modern“ aufführte), brachte erst die Veröffentlichung der Kompositionen auf der Doppel-CD „EU“ bei ECM 1986 eine Entspannung der ökonomisch angespannten Situation Pirchners. Bühnenmusiken für Burg-, Akademie- und Volkstheater folgten („Emigranten-Symphonie“, „Shalom“ etc.), weitere Kompositionen erschienen auf den CDs „A-naa-nas Ba-naa-nas“ (mit „Vienna Brass“, 1992) und „Dur“ (mit dem Schubert-Trio, 1995). Die 90er Jahre brachten vor allem dank des – brillant gelösten - Kompositionsauftrags der Ö1-Signations, die im September 1994 auf Sendung gingen und den ehemals Verfemten zum meistgespielten Komponisten im ORF-Programm avancieren ließen, sowie der Musik zum Salzburger Festspiel-„Jedermann“ (1995) publicityträchtige Ereignisse. Für 2003 war die Uraufführung der auf ein eigenes Libretto komponierten Oper „Liebe, Glück und Politik“ an der Wiener Volksoper geplant.

„Ich bin eigentlich eher kein 68er, ich bin ein Stückchen davor und ein Stückchen danach“, ließ Pirchner einmal in einem Interview deutlich werden, dass er auch in Sachen Gesellschaftskritik seinen eigenen Weg ging, von keiner Seite vereinnahmt werden wollte.² Wie kaum ein anderer hat dieser Komponist Haltung gezeigt, sich in seinen Werken engagiert und konfrontationsfreudig gegeben. Mit dem Stilmittel des ihm eigenen Humors reflektierte Pirchner den Gang der Welt, sei es musikalisch, etwa anlässlich der Minderheitenfeststellung in Kärnten („Keanten ungeteilt slowenenfrei“), oder

verbal: Dass er die schwarz-blaue Koalition, die zur Zeit Österreich regiert, entschieden ablehnte, ist bekannt. Über die Wirkung seiner Musik machte sich Pirchner freilich keine Illusionen, wie aus einem Kommentar zum Duo „Shalom“ hervorgeht, dem er auf Ersuchen des Schubert-Trios und unter dem Eindruck des beginnenden Krieges in Jugoslawien eine dritte Stimme hinzufügte: „*All dies ist sinnlos, machtlos, unnützlich und lächerlich traurig. Weder in der ursprünglichen noch in der um ein Cello erweiterten Form kann das Stück etwas bewirken. Trotzdem ergibt es mehr Sinn als der Klang von Gewehren, Kanonen und Bomben.*“³

Nichtsdestotrotz ist jene Haltung die wohl essenziellste Message, die uns Werner Pirchner, der in sich beispielhaft große und kleine Welt, Offenheit und Traditionsbezug vereinte, neben seiner Musik hinterlassen hat. Sätze wie den folgenden, abschließenden etwa sollte man sich gerade in diesen Zeiten genauer als sonst durch den Kopf gehen lassen: „*Ich glaube, dass es wichtig ist für die Menschen, (...) mitzukriegen, was auf der Welt passiert. In jeder Weise, ob das eben in der Politik oder in der Ökologie oder in der Kultur ist. Ich glaube, jemand, der sich z.B. für Kunst interessiert, ist dann nicht mehr so leicht lenkbar.*“⁴

Dieser Text wurde im Auftrag des Kremser „Glatt & Verkehr“-Festivals 2002 erstellt.

[2] Ö1-„Hörbilder“,

11. August 2001.

[3] Notiz des

Komponisten zu

„Shalom“, PWV 30c

[4] Ö1-„Hörbilder“,

11. August 2001.

VERNETZUNG DER STRUKTUREN



■ VON MARTIN FUSS

■ Bei aller Diskussion über Unireform, Institutsgründung, autonome Universität, etc. bleibt bei mir immer das Gefühl zurück, dass sich manche Beteiligte zu wenig um zentrale Probleme in unserem kulturellen Umfeld kümmern. Bilden wir junge Menschen zu Musikern und Musikpädagogen als Selbstzweck heran oder sollten wir nicht vielmehr über die Mauern unseres Elfenbeinturms hinausblicken und einige grundsätzliche Ziele stärker definieren?

Musik hat in unserer Zeit einen anderen Stellenwert als noch in der nahen Vergangenheit. Durch die ständige Verfügbarkeit jedweden Musikstils zu jeder Zeit, an jedem Ort einerseits (Internet, CD, MP3, CD-Brenner...) sowie der monotonen Medienlandschaft andererseits, ist es überaus schwierig sich zu orientieren.

Musik nur als Geschäft mit Marketingstrategien zu begreifen – nur mit Marktdaten, Umsatzzahlen und Meinungsbefragungen zu operieren – geht natürlich auch am Sinn musikalischer Kultur vorbei.

Die Wiener Philharmoniker definieren sich nicht durch den Erfolg von Doppelplatin des Neujahrskonzertes 2001 – DJ Ötzi ist bei allem Respekt nicht der führende Musiker in Österreich – manche Jazzproduktionen oder zeitgenössische Musik bleiben unter der Wahrnehmungsgrenze des potenziellen Publikums.

So gehen für mich auch alle Versuche, das Musikland Österreich über den Markt zu definieren, eindeutig am Ziel vorbei. Musik ist nur ganz-

heitlich zu begreifen – mit Herz, Hirn und körperlicher Empfindung.

Ohne Vermittlung bleibt der Zauber, aber auch die Sprache der Musik vielen Außenstehenden leider verborgen. Machen wir Musik nur mehr für Wissende oder versuchen wir doch, die Herzen möglichst vieler Menschen zu erreichen?

Meiner Meinung haben hier alle, die mit der Vermittlung von Musik zu tun haben, insbesondere aber Musikpädagogen ihre wichtigste Aufgabe.

Vom Kindergarten über die Volksschule bis hin zu höher bildenden Schulen muss Musik als wichtiger Teil unserer Kultur stärker verankert werden. Nicht Geburtsdaten berühmter Komponisten sind der entscheidende Teil im Unterricht, sondern

Qualität von Musik ist grundsätzlich nicht von der Stilrichtung abhängig.

Freude an Musik zu wecken.

Singen und trommeln als grundsätzliche Fähigkeiten zu erkennen und zu entwickeln, ist genauso wichtig wie Musik aus vielen Richtungen zu präsentieren. Wer in Gymnasien Monate über den „Freischütz“ referiert, darf sich nicht wundern, wenn ihm seine Schüler wenig Interesse entgegen bringen.

Qualität von Musik ist grundsätzlich nicht von



der Stilrichtung abhängig. In jedem Genre gibt es Hervorragendes, aber leider auch viel Mist.

Aufgabe aller Musikpädagogen muss es sein, die Spreu vom Weizen zu trennen und Qualität für seine Schüler oder auch Studenten erkennbar zu machen: In allgemeinbildenden Schulen durch eine Vielfalt von Angeboten den „Virus“ Musik in den Gehörgängen und Köpfen seiner Schüler zu verankern sowie auf den Universitäten den Studenten einen weiteren und offeneren Horizont zu eröffnen. Nicht durch eine Scheuklappenperspektive den Blick auf das Ganze zu verstellen.

Der Wert von Musikschulen kann in diesem Zusammenhang nicht hoch genug eingeschätzt werden. Musikschulen erziehen nicht nur den Nachwuchs für den professionellen Musikbetrieb, sie haben vielmehr entscheidende Bedeutung für die Musikkultur unseres Landes.

Liebe und Verständnis für Musik ist die Wurzel für musikalische Kultur. Unsere Universität als Spitzeninstitution in Sachen Musiker- und Musikpädagogenausbildung muss sich ihrer Bedeutung als wichtiger Katalysator für eine Wende in eine positive Richtung noch stärker bewusst werden. Musik braucht hervorragende Interpreten – genauso wie ein Publikum, das die Qualität der Darbietung auch abseits medialer Beeinflussung zu beurteilen vermag.

Durch die Breite des Angebots an unserer Universität ist es jedermann möglich, auf allen Fachgebieten kompetente Informationen zu erhalten. Ich möchte dies vor allem als Appell für eine stärkere Vernetzung unserer Strukturen verstanden wissen.

Eine für mich ideale Möglichkeit zu einer stärkeren Vernetzung, aber auch besseren Selbstdarstellung unserer Universität zu gelangen, stellt für mich die Idee eines eigenen Uniradios dar. Wir verfügen im Haus über alle Ressourcen – Fachfrauen/männer aller Sparten – Musiker, Musiktheoretiker bis hin zu TechnikerInnen aller Art. Gleichzeitig könnten wir einen radikalen Gegenvorschlag zur momentan herrschenden medialen Monokultur bringen – vielleicht gelingen uns solche oder ähnliche Projekte, wenn wir endlich unsere Strukturänderungen hinter uns gebracht haben. Nützen wir die Möglichkeiten, die Strukturveränderungen mit sich bringen – neue Institute mit neuen Kooperationen, neue Lehrpläne, ... – aber lassen wir nie unsere zentralen Anliegen außer acht.

POP- PERIPHERIE ÖSTERREICH

■ DIE ÖSTERREICHISCHE MUSIKWIRTSCHAFT IM ZEITALTER DER GLOBALISIERUNG

■ VON ANDREAS GEBESMAIR

■ Die derzeitige Situation der Musikwirtschaft in Österreich ist sehr widersprüchlich: Die vielen Aktivitäten im Bereich der Musik von der Ausbildung über das kreative Schaffen bis hin zur Vermittlung stellen zusammen, wie jüngst Fritz Scheuch in einer umfassenden Studie (Scheuch 2000) nachzuweisen vermochte, eine Wertschöpfung dar, die den Vergleich mit anderen Industrien in Österreich nicht scheuen muss: Sie liegt mit rund 30 Milliarden ATS über dem der Papierindustrie, der chemischen Industrie, der Kunststoffindustrie und des Bereiches der Herstellung von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeugteilen.

Andererseits dürfen diese Befunde nicht darüber hinwegtäuschen, dass Österreich gerade im wirtschaftlich maßgeblichen Popmusikgeschäft an der Peripherie des globalen Musikmarktes liegt. Dieser wird derzeit von fünf transnationalen Major-Companies dominiert, deren Strategien auf die weltweite Vermarktung einiger weniger Megaacts abzielen, die sie mit Millionen-Budgets produzieren und promoten. Wenngleich die Konzerne auch immer wieder auf die kreativen Ressourcen ihrer regionalen Töchter zurückgreifen: Österreich trug zu diesem so genannten internationalen Repertoire – im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern vergleichbarer Größe wie Schweden oder Dänemark – bislang wenig bei (sieht man von der

Ausnahmeerscheinung Falco und den jüngsten Erfolgen von DJ Ötzi einmal ab.) Ganz im Gegenteil: Die österreichischen Töchter internationaler Konzerne fungieren in erster Linie als lokale Vertriebsorganisationen des internationalen Repertoires. Der Aufbau österreichischer Acts war bislang nur von geringem, bestenfalls lokalem Erfolg begleitet. Der geringe Anteil österreichischer MusikerInnen in den heimischen Charts bringt dies unmissverständlich zum Ausdruck.

Der Aufbau österreichischer Acts war bislang nur von geringem, bestenfalls lokalem Erfolg begleitet.

Die Entwicklung der österreichischen Popmusik im Zeitalter der Globalisierung 1979–2000

Sind die österreichischen Musikproduzenten Opfer der kulturellen Globalisierung? Welche Probleme der österreichischen Popmusik können auf globale Dynamiken zurückgeführt werden und welche sind hausgemacht?

Diese Fragen standen im Zentrum eines Media-cult-Forschungsprojekts, dessen Ergebnisse nun als





Nummer 6 der Schriftenreihe mediacult.doc veröffentlicht wurden. Anhand der Top 25 Jahres-Bestseller von 1979 bis 2000 wurde der Stellenwert heimischer Popmusikproduktionen am österreichischen Musikmarkt nachgezeichnet und in einem zweiten Schritt in Hinblick auf die strukturellen Bedingungen der Musikproduktion analysiert.

Die Statistik des Anteils österreichischer Pop-Alben in den heimischen Charts zeigt einen interessanten Verlauf. Nach einem Tief Anfang der 1980er Jahre steigt der Anteil heimischer Alben in der Hitparade rapide an bis zu einem Höhepunkt 1983/84, um dann bis zum Ende der Dekade wieder auf das Ausgangstief abzusinken. Die nächste Dekade (die 1990er Jahre) zeigt zwar noch einmal einen kurzen Anstieg, insgesamt bleibt der Anteil der österreichischen Produktionen im Verhältnis zum internationalen Repertoire aber kontinuierlich klein. Das trifft auch auf die Single-Hitparade zu, wenngleich sich die Entwicklung des Single-Marktes in den 90er-Jahren von den Albumcharts abzukoppeln beginnt.

Wie lassen sich diese Veränderungen erklären? Gibt es plausible Gründe für den Erfolg und Misserfolg österreichischer Popmusik am heimischen und am internationalen Markt? Lassen wir die populären Begründungen einmal beiseite, in denen gerne auf den Mangel an musikalischen Talenten oder, aus der Perspektive der KünstlerInnen betrachtet, auf die Ignoranz der Medien und des Publikums verwiesen wird. Stattdessen finden im Folgenden zwei strukturelle Aspekte Erwähnung: die Zwänge der globalen Popmusikindustrie und Defizite des österreichischen Produktionsmilieus.

Viele Probleme der heimischen Musikszene sind hausgemacht.

Österreichische Popmusik in der Globalisierungsfalle?

Will man die Situation der Phonoindustrie in den 1990er Jahren verstehen, muss man ins Jahr 1986 zurückblicken (dazu: Mediacult 2000). In diesem Jahr übernimmt der deutsche Medienkonzern Bertelsmann die amerikanischen Traditionslabels RCA und Arista. Dieser Deal ist der erste in einer Reihe von Übernahmen und Mergern, die zu immer stärker vertikal integrierten transnationalen Medienkonzernen und einer enormen Konzen-

tration am Tonträgermarkt führten. Nachdem Sony 1988 CBS geschluckt hatte, Polygram kurz darauf A&M, Island und Motown, 1998 aber selbst vom kanadischen Spirituosen Konzern Seagram übernommen und mit MCA zu Universal Music zusammengeschlossen wurde, blieben nur mehr fünf so genannte Majors über, die sich nun über 80% des Weltmarktes teilen. Im letzten Jahr wurde übrigens Universal an den französischen Konzern Vivendi verkauft und in Branchenkreisen wird allenthalben über eine stärkere Kooperation von EMI und BMG spekuliert, nachdem Übernahme-Bemühungen durch Warner an den strengen Auflagen der europäischen Kartellbehörde scheiterten.

Mit diesem Konzentrationsprozess beginnt in den 80er Jahren eine Strategie in der Schallplattenproduktion global wirksam zu werden, die in der Betriebswirtschaft als „economies of scales“ bekannt ist. Große Betriebe (in unserem Fall eben die transnationalen Majorlabels) nutzen den Wettbewerbsvorteil, Produkte in hoher Stückzahl produzieren und vertreiben zu können. Damit reduzieren sie die Kosten pro Stück und erhöhen ihre Gewinnspannen. Aus diesem Grund tendieren große Firmen dazu, die Produktpalette zugunsten einiger standardisierter Massenprodukte (so genannte Mega-Acts) zu verkleinern. Die Basis dieser "economies of scale" sind aber die globalen Vertriebsnetze.

Damit wurden die österreichischen Töchter der Majors in den 1980er-Jahren wieder zu dem, was sie bei ihrer Gründung in den 50er- und 60er-Jahren waren: lokale Marketingabteilungen für das internationale Repertoire. Außerdem geraten sie zunehmend in die Abhängigkeit der deutschen Schwestergesellschaften, die „Germany“, „Switzerland“ und „Austria“, also den ganzen so genannten GSA-Bereich mitbetreuen. (Davon bleiben übrigens auch die größeren Independents nicht verschont, wie z.B. das Grazer Label Echo, an dem seit 1995 die deutsche Zyx beteiligt ist.)

In jüngster Zeit gab es dafür einige Anzeichen: Der ehemalige Musikjournalist Walter Gröbchen etwa nimmt von Hamburg aus als A&R-Manager für Universal auch die österreichischen Agenden wahr. Universal Music Österreich wurde in den letzten Jahren nach einer Aussage ihres Geschäftsführers, die in der Branchenzeitschrift Sound & Media spezial 2000 zu lesen war, "abgespeckt". Ein paar Monate später war ebenfalls in diesem

Branchenblatt von der "Umstrukturierung" der Konzern-Tochter Sony Music Österreich zu lesen. Der langjährige Geschäftsführer "verließ" (wie es höflich hieß) die Firma, die Mitarbeiter in Österreich sind nun unmittelbar dem Sony-Germany Chef in Deutschland, Jochen Leuschner, unterstellt. Und man darf bereits spekulieren, was mit den österreichischen Töchtern von EMI und BMG passiert, wenn, wie in einigen Branchenblättern zu lesen ist, die Konzerne in Hinkunft tatsächlich stärker kooperieren werden. Der langjährige Chef der BMG Ariola Austria, Harald Büchel, hat jedenfalls aufgrund des immer enger werdenden Handlungsspielraumes bereits das Handtuch geworfen. Ist die österreichische Popmusik ein Opfer der Globalisierung?

Defizite des Produktionsmilieus:

Vernetzung und Drehpunktspersonen

Bei aller berechtigten Kritik an den globalen Zwängen soll die Tatsache nicht außer Acht bleiben, dass viele Probleme der heimischen Musikszene hausgemacht sind. Der Vergleich mit dem bei weitem produktiveren Produktionsumfeld Anfang der 1980er-Jahre macht einige Defizite deutlich. Sicherlich, die niedrigeren künstlerischen Ansprüche, die von Punk und New Wave an die MusikerInnen gestellt wurden, und die relativ leichte Verfügbarkeit der Produktionsmittel erleichterten den Einstieg ins Musikgeschäft. Und ein Großteil des kommerziellen Erfolgs dieser Jahre ist dem Charisma einer Hand voll künstlerischer Ausnahmeerscheinungen wie z.B. Falco geschuldet.

Doch zeichnete sich diese Zeit auch durch ein spezifisches, äußerst dichtes Produktionsmilieu aus (siehe dazu Larkey 1993). Ende der 1970er Jahre existierte in Wien ein ausdifferenziertes Produktionsnetzwerk mit engagierten Labels und erfahrenen Produzenten, die zur Etablierung des Austropops wesentlich beitrugen, sich zuweilen aber auch in das neu entstandene Disco-Genre vorwagten (wie z.B. Robert Ponger). Dennoch war die entstehende Punk und New Wave Szene vorerst auf sich gestellt – und schuf sich aufgrund dieser anfänglichen Ausgrenzung eine eigene Infrastruktur: Viele produzierten im Eigenverlag oder auf Kleinstlabels wie z.B. Schmazz-o-phon, das den Kultsampler „Wiener Blutausch“ herausbrachte. Pionierarbeit leistete in dieser Hinsicht der von der österreichischen Polit-Rockgruppe *Auflauf* 1977

initiierte Independent-Vertrieb „Extraplatte“, bei dem nicht nur Klassiker der österreichischen Popmusik wie die *Schmetterlinge* erschienen, sondern auch New Wave-Bands wie z.B. *Minisex*. Am folgenreichsten in Hinblick auf die Professionalisierung der österreichischen Popmusikproduktion waren aber zwei Labelgründungen Anfang der 1980er. Markus Spiegel rief 1980 „Gig-Records“ ins Leben und konnte BMG-Ariola als Vertriebspartner gewinnen, Eberhard Forcher und Rudi Nemecek wurden 1981 von demselben Major eingeladen, ein eigenes New Wave Label zu betreiben: den Schallter. Diese beiden wurden zum industriellen Rückgrat der boomenden Musikszene jenseits des traditionellen „Austropops“, Gig immerhin zum Hauslabel ihres herausragendsten Vertreters und internationalem Aushängeschild: nämlich Falco!

Ist die österreichische Popmusik ein Opfer der Globalisierung?

Sicherlich gibt es in dieser Hinsicht Parallelen zwischen den frühen 1980er- und den späten 90er-Jahren, die ebenso von einem Boom der Independent Labels geprägt waren. Allerdings mit zwei Unterschieden. Die Kooperationen mit den Majors halten sich in Grenzen und die Independents sind stark nach Genres und Sub-Genres ausdifferenziert. Interaktionen zwischen den Szenen, Crossovers von einer in die andere gibts es kaum. Gerade darin unterscheidet sich das gegenwärtige Produktionsmilieu von dem der frühen 1980ern.

Ohne diese idealisieren zu wollen, eine große Rolle kam in jener Zeit immer auch den Drehpunktspersonen und -institutionen zu, die zwischen den Szenen, zwischen Musikern und Labels, Szene und Medien, letztlich aber auch zwischen lokalen und überregionalen Märkten vermittelten. So trugen Produzenten wie Robert Ponger und Peter Wolf sicherlich zur Internationalisierung der Szene bei, Label-Betreiber wie Harald Quendler, Markus Spiegel und Rudi Nemecek integrierten divergente Szenen und knüpften Verbindungen zu Majors und schließlich fungierten Musikredakteure wie Wolfgang Kos, Günter Brödl, Eberhard Forcher



und Walter Gröbchen als Schittstellen zwischen Szenen und medialer Öffentlichkeit.

Das gegenwärtige Produktionsmilieu zeichnet sich, polemisch formuliert, allerdings durch die Fragmentierung in eine Fülle stilistischer Schrebergärten aus, durch einen Mangel an szeneübergreifenden Kooperationen und Synergien, durch die Skepsis der Majorlabels gegenüber Experimentierfeldern, letztlich auch durch das Fehlen jener Integrations- oder Drehpunktpersonen, die zwischen den Szenen, zwischen Produktion und (medialer) Verbreitung aber auch zwischen regionalen und überregionalen Märkten vermitteln könnten, - wenngleich die Ausnahmen nicht unerwähnt bleiben sollen: wie z.B. Cheap Records beschritt mit Louie Austen neue Wege in der Verbindung Pop und Elektronik, ebenso Intonation Recordings mit Superherorockstars, und letztlich ist ja auch DJ-Ötzi eine zumindest kommerziell äußerst erfolgreiche Grenzüberschreitung zwischen Dance-Floor und Bierzelt.

LITERATURHINWEISE

Robert Harauer (Hg.): Adieu, Austropop? Die schwindenden Chancen der österreichischen Popmusik auf dem Musikmarkt. mediacult.doc 06/01. Wien 2001. (ISBN 3-9501162-3-0)

Andreas Gebesmair (2001). Pop-Peripherie Österreich. Zur Bedeutungslosigkeit österreichischer Musik am globalen Musikmarkt. In: Phleps, Thomas (Hrsg.): Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs II (=Beiträge zur Populärmusikforschung 27/28) 2001, 205-231.

Mediacult (2000). Musik und Globalisierung. Zur Repertoireentwicklung der transnationalen Phonoindustrie unter besonderer Berücksichtigung des österreichischen Musikmarktes. Wien: Forschungsbericht.

STIMMTON 192

■ ENSEMBLE 3000

■ VON FRANZ.HAUTZINGER.MAI.2001

 momentaufnahme.der.stimmgabe.

stimmt.denn.der.ton?ein.granulat.der.übung.des.talentes.im.erkennen.der.bestimmung.sich.sozialisierend.

und.sympathetisch.der.creation.von.musik.hin.und.ergeben.integration.in.vielen.seilen.wie.auch.viels.mehr.

gegründet.1995.unter.verdacht.der.musikfindung.nebst.künstlerischer.haltungssuche.

stilübergreifendes.labor.für.alternative.musikkonzepte.improvisierte.und.elektronische.musik.experimentelle.pädagogik.

sachfall.2001.gegen.langeweile.und.ödessee.im.studium.der.kunst.und.musik.gegen.

künstlerische.inflation.

die.stimmgabe.ist.wende.ist.gegabelt.in.den.stimmungen.des.2001.problems.192.ist.

kein.zufall.im.verfall.

musik.verhören.ist.sinngemäss.outstanding.

den.symptomen.des.3.jahrtausends.verpflichtet!





POP, KLASSIK UND CROSSOVER

■ ÜBER DIFFERENZEN ZWISCHEN KULTURELLEN UND MUSIKINDUSTRIELLEN KATEGORIEN

■ VON HARALD HUBER

■ Im Rahmen einer Podiumsdiskussion zum Thema "Pop goes Classic - Classic goes Pop" im November 2000 an der Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien wurde folgende These präsentiert: "Klassik" sei wesensmäßig verbunden mit "Tiefe", währenddessen das Wesen von "Pop" im Gegensatz dazu durch den Begriff "Oberfläche" charakterisiert werden könne. "Tiefe" und "Oberfläche" seien Begriffe, die dem jeweils typischen Rezeptionsparadigma entsprächen. Die Vermarkung von "Klassik" als "Pop" bedrohe das "auto-

renzielles System" (vgl. Luhmann 1997) aufgefasst werden können. Sie verfügen über eine interne Geschichte, sind als Stilmittel mit dem sozialen Raum in spezifischer Weise verbunden und sind auf dieser Basis in steter Entwicklung begriffen. Welchen Künstlern und welchen Musikstücken in welcher Weise hohe Aufmerksamkeit entgegengebracht wird, ist nicht zuletzt abhängig von den internen Konventionen des Stilmittels. Nicht nur im Bereich der sogenannten E-Musik gibt es Tiefen- und Oberflächenphänomene sondern auch im Folk, im Schlager, im Jazz, in der Pop- und Rockmusik und im noch jungen Dance-Genre.

Tiefe / Oberfläche ist eine Metapher des Wassers: Die Wasseroberfläche ist sichtbar im Kontext der sie umgebenden Landschaft, die Tiefen (und Untiefen) des Wassers offenbaren sich dem Taucher, der imstande ist, all die verborgenen Schätze bis hinab zum Grund zu sehen. Im ersten Fall bleibt das Geschehen unter der Oberfläche unsichtbar, im zweiten Fall entschwindet jedoch die Umgebung, der Kontext dem Blick.

In Anlehnung an die Kulturtheorie von Pierre Bourdieu läßt sich in diesem Bild die gesellschaftlich durchgesetzte Ästhetik erkennen: Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem gesellschaftlichen Status einer Musikrichtung und ihrer Wahrnehmung als Form, losgelöst von Funktions-

Nicht nur im Bereich
der sogenannten E-Musik gibt
es Tiefen- und Oberflächen-
phänomene ...

nome Kunstwerk" und die ihm gemäßen Hörverhaltensweisen. Diese These hat bei mir heftigen Widerspruch ausgelöst und so bin ich dankbar, dass nunmehr die Möglichkeit einer öffentlichen Diskussion darüber besteht.

Meine Gegenthese: „Pop“ - als Kürzel für Populärmusik - konstituiert sich aus einer Vielzahl von Genres, die – wie jede Kunst – als „selbstrefe-

zusammenhängen bzw. umgekehrt als funktionell bei gleichzeitiger Ausblendung ihrer formalen Besonderheiten (vgl. Bourdieu 1987).

Beethovens 32 Klaviersonaten beispielsweise werden kaum hinsichtlich ihrer dekorativen, unterhaltenden, körperlich-sexuellen und kommerziellen Aspekte diskutiert, wohl aber bis in jede Einzelheit ihrer musikalischen Struktur. Als „Meisterwerke“ haben sie sich von ihrem Entstehungszusammenhang losgelöst und führen ein Eigenleben als „autonomes Kunstwerk“. Die Mega-Hits eines Soul-Stars wie James Brown werden kaum hinsichtlich der Einzelheiten ihrer musikalischen Struktur diskutiert, wohl aber bezüglich ihrer dekorativen, unterhaltenden, körperlich-sexuellen und kommerziellen Aspekte. Als „Greatest Hits“ haben sie sich aber von ihrem Entstehungszusammenhang mittlerweile ebenfalls losgelöst und führen ein Eigenleben als „autonomes Kunstwerk“ im Bezugsrahmen der Popmusik.

Wie ist das möglich? Es ist möglich, weil auch die einzelnen Genres der Populärmusik traditionsbildende, selbstreferenzielle Systeme sind, in denen Musikstücke herausragenden Status erlangen können. Die „Insider“ eines solchen Systems (Komponisten, Musiker, Experten, Fachpublikum) nehmen selbstverständlich auch die Form- und Ausdrucksdimensionen der Musikstücke ihres Stilmittels wahr und haben dafür sprachliche Konventionen entwickelt. Die Frage ist also, wer welche Musikstücke/Stile/Genres von welchem sozialen und ästhetischen Standort aus wahrnimmt. Quer zur Hauptachse der gesellschaftlichen Hierarchie der Musiken haben sich im Lauf des 20. Jahrhunderts musikalische „Protogemeinschaften“ rund um gewisse stilistische Prototypen mit eigenen ästhetischen Bewertungskriterien gebildet (vgl. Willis 1991).

Um Tiefendimensionen wie etwa 'gelungene Einheit von Form und Ausdruck', 'künstlerische Bearbeitung existenzieller Fragen des Menschseins in handwerklich überzeugender Weise', 'Kühnheit und Originalität von Idee und Ausführung', 'Fülle und Reichtum im Detail bei geschlossener Einheit des Ganzen' etc. wahrnehmen zu können, bedarf es der Vertrautheit mit dem Referenzsystem, d.h. mit der Tradition, auf die sich ein Musikstück bezieht. „Outsider“ werden statt einer Vielzahl von Anspielungen und Bezugnahmen, Konventionen und originellen Lösungen nur „Oberfläche“ wahrnehmen können.

POP ALS KULTURELLE LEISTUNG

Das im Rahmen der Podiumsdiskussion angesprochene „Prinzip Pop“ ist demnach ein zweischneidiges Schwert, eine Medaille mit Kehrseite. „Pop“ ist ein Abkömmling des lateinischen Wortes 'populus' (Menge, Leute, Gemeinde, Volk, das niedere Volk) bzw. des Adjektivs 'popularis' (das Volk betreffend, vom Volk, für das Volk). Der Begriff ist zwar einerseits wohl auch konnotiert mit dem 'kalkulierten Gebrauch von im Volk verbreiteten Kultur-elementen zu politischen oder wirtschaftlichen Zwecken' ('Populismus'), andererseits meint „Pop“ aber im Kern doch vor allem die 'kulturellen Leistungen derjenigen Bevölkerungsschichten, die nicht den Eliten angehören'.

„Pop“ ist ein Abkömmling des
lateinischen Wortes 'populus'
(Menge, Leute, Gemeinde, Volk,
das niedere Volk)

Diese egalitäre Zuschreibung von kultureller Kreativität findet beispielsweise in der Soziologie in der Diskussion um den Begriff 'Stil' ihren Niederschlag: In Unterscheidung zum „klassischen“, exklusiven, auf Distinktion bedachten Stilbegriff der Eliten geht die Kulturosoziologie heute weitgehend von einem ethnographischen Stilbegriff aus, der die Ausformung unterschiedlicher Lebensstile als kreativen Umgang mit jeweiligen Lebensbedingungen interpretiert (vgl. Bourdieu 1987). Dabei wiederum spielen Kulturwaren wie z.B. Musik und bestimmte stilistische Vorlieben und Abgrenzungen eine wichtige Rolle (vgl. Willis 1991). Diese mit zahlreichen Widersprüchen und Interdependenzen gespickten Verhältnisse werden durch eine simple Tiefe/Oberfläche-Dichotomie vollkommen verwischt und unkenntlich gemacht. „Pop“ ist 'im Prinzip' durch die Gleichzeitigkeit von Interdependenz und Differenz zwischen kulturellen und musikindustriellen Strategien, durch die Verschränkung von, und den Gegensatz zwischen künstlerischer Kreativität und Verwertungsinteressen gekennzeichnet. Als prominentes Beispiel könnte man hier den öffentlich ausgetragenen Streit zwischen dem Künstler Prince Roger Nelson alias „Prince“ und dem Medienkonzern Time/Warner nennen, bei dem es um schroffe Gegensätze zwi-





schen künstlerischen und wirtschaftlichen Interessen im Rahmen des Segments Pop/Rock ging.

Um diese Thesen noch deutlicher zu machen, ziehe ich im Folgenden die Methode der „vergleichenden Stilanalyse“ heran. Diese wurde im Zuge der Anwendung qualitativer sozialwissenschaftlicher Methoden auf Stile der Populärmusik als Ergebnis langjähriger Auseinandersetzung mit der hier verhandelten Thematik entwickelt (Huber 1998). Dabei werden im umfassendsten Fall die sechs Genres „E-Musik“, „Folk“, „Schlager“, „Jazz“, „Pop/Rock“ und „Dance“ hinsichtlich verschiedener Parameter miteinander verglichen. Ihre Reihenfolge ergibt sich hier aus der historischen Dimension des jeweiligen Genres: E-Musik oder abendländische Kunstmusik setzt an bei der Entwicklung der Mehrstimmigkeit auf der Basis des gregorianischen Choral im 11. Jahrhundert, Folk oder Volksmusik bei weit zurückreichenden Überlieferungen regionaler Musikkulturen (16. bis 19. Jahrhundert), Schlager im Rahmen der städtischen Unterhaltungskultur der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts, Jazz als Produkt afroamerikanischer Kultur um 1900, Pop/Rock in den 50er Jahren, Dance in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts.

Der Prozess der Traditionsbildung beruht in jedem Musikgenre auf dem Prinzip der Wiederholung. Bestimmte Musikstücke erregen Aufmerksamkeit, werden kopiert, nachgepielt, nachgefragt, verbreitet, bearbeitet, zitiert, ... Die Häufung solcher Ereignisse bescheiden den Urhebern sowie deren Umgebung (Fürstentum/Bischofssitz, Stadt/Land, Label/Produzent,...) Ruhm und Ehre. Diese Attribute fungieren in weiterer Folge als Leuchttürme, als Bezugspunkte in einem sich in Entwicklung befindlichen Referenzsystem.

Der Prozess der Traditionsbildung beruht in jedem Musikgenre auf dem Prinzip der Wiederholung.

Ein Blick auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede der genannten Genres soll bei solch prominenten, immer wieder gespielten Musikstücken ansetzen. In der E-Musik werden diese in der Regel als „Meisterwerke“ bezeichnet, im Folk als „Originals“, im Schlagerbereich als „Evergreens“, im Jazz als „Standards“, im Pop/Rock als „Greatest Hits“ und im Dance-Genre als „Kult Tracks“.

VERGLEICHENDE STILANALYSE:

Hauptdimension (Schlüsselkategorie):

Prominentes, häufig gespieltes Musikstück

Vergleichsebenen (Parameter):

Existenzform (Schrift/Klang)

Urheberschaft

Gegenstand von Fachdiskussionen

Aufführungsrahmen

Auswahl

Werbung/Marketing

(Umfang des Stilfeldes)

E-Musik (E):

Ein „Meisterwerk“ existiert in Schriftform (Partitur), die Autoren sind bekannt, es wird fortwährend neu interpretiert, Fragen wie Urtext, Werktreue versus gestalterische Freiheit des Interpreten werden diskutiert. „Meisterwerke“ stellen das Hauptkontingent der Spielpläne der Opern- und Konzerthäuser, ihre Auswahl geschieht durch Erfolg bei Publikum und Kritik sowie durch musikwissenschaftlichen Diskurs, es wird vorwiegend stilfeldbezogenes Marketing betrieben. (Vom gregorianischen Choral zur offenen Form)

Folk (F):

Ein „Original“ existiert in mündlicher Überlieferung (mittlerweile zumeist aufgezeichnet in Ton und Schrift), es gibt eine regionale Interpretationsgeschichte, Fragen wie Authentizität und Funktionalität werden diskutiert. „Originals“ bilden den Fundus traditioneller regionaler Musikkulturen sowie deren Erneuerung und Internationalisierung. Ihre Auswahl erfolgt durch Brauchtum und Aufnahme in wissenschaftliche Sammlungen, vorwiegend stilfeldbezogenes Marketing. (Vom Folk Museum zur World Music)

Schlager (S):

Ein „Evergreen“ existiert in Verlagsausgaben und verschiedenen Versionen verschiedener Interpreten, die Autoren sind bekannt, Fragen wie Arrangement und Art der Produktion bzw. Veranstaltung sind wichtig. „Evergreens“ bilden das Hauptkontingent der Unterhaltungsmusik – sowohl im „live“-Betrieb als auch via Medien.

Auswahl durch Publikumserfolg, mediale Präsenz und häufigen Gebrauch, sowohl genrebezogenes als auch quotenintensives Marketing. (Vom Operetten- und Musicalschlager zur volkstümlichen Unterhaltungsmusik)

Jazz (J):

Ein „Standard“ existiert in Verlagsausgaben („lead sheets“) und unterschiedlichen Einspielungen verschiedenster Jazzmusiker. Die Autoren sind zwar bekannt, wesentlich aber ist seine Funktion als Improvisationsvorlage. Individualität und Originalität der Improvisatoren werden diskutiert. „Standards“ bilden den Fundus des Interaktionssystems „Jazz“. Auswahl durch häufigen Gebrauch, dokumentiert auf Schallplatten, vorwiegend stilfeldbezogenes Marketing. (Vom Dixieland zur Improvised Music)

Pop/Rock (P):

Ein „Greatest Hit“ existiert vor allem in Originalaufnahmen (als „Sound“), die Autoren sind bekannt, es wurden und werden Coverversionen gespielt und veröffentlicht, Fragen wie Stil, Sound, Groove und Produktionsqualität (Studio) sind wesentlich. „Greatest Hits“ bilden den Hauptanteil des Poppeschäfts, sowohl „live“ als auch in den Medien. Auswahl durch Erfolg bei Publikum und Kritik sowie durch öffentliches Ranking (Charts, Best Song, Best Album, ...), vorwiegend transmediales, quotenintensives Marketing. (Vom Rock'n'Roll zum computergestylten Video-Pop)

Dance (D):

Ein „Kult Track“ existiert als sound file, auf Vinyl und CD, wird von DJ's immer wieder eingesetzt bzw. remixed, Fragen wie groove, flow, samples & sounds werden diskutiert. „Kult Tracks“ existieren in der international vernetzten DJ Szene, manche werden im Stilfeld mittlerweile als „Klassiker“ bezeichnet bzw. sind zu „Greatest Hits“ geworden. Die Auswahl erfolgt durch Dancefloor-Erfolg sowie durch Präsenz in alternativen Vertriebswegen (Independent Labels, Internet), vorwiegend stilfeldbezogenes Marketing. (Vom Disco-Sound zur Elektronik-Szene)

KLASSIK ALS FUNDUS

Der Vergleich gibt einen ersten Einblick in die Gemeinsamkeiten und Besonderheiten der einzelnen Stilfelder. Im Stilfeld E-Musik blieb dabei – im Gegensatz zu den anderen Genres – der zeitgenössische Sektor zu unterbelichtet. Er versteht sich überwiegend innerhalb eines neuen, modernen Bezugssystems, beginnend mit dem Impressionismus. In diesem Zusammenhang ist es interessant, sich die Bedeutung des Begriffes „Klassik“ generell vor Augen zu führen.

Ursprünglich (bis ins 19. Jahrhundert) festgelegt auf die Werke der antiken Literatur und Kunst hat der Begriff seither eine Dynamisierung erfahren (Noch Goethe verneinte 1795 die Frage, ob es einen deutschen klassischen Autor geben könne). Die Bezeichnung eines Artefakts als „klassisch“ beruht mittlerweile vor allem auf dem Faktor Zeit

„Als Klassiker kann jeder Autor oder Künstler bezeichnet werden, dessen Werk zu den Gipfelleistungen seiner Art gehört“ (Ritter 1976, S. 853)

Als „Klassik“ wird heute die gesamte Kunst- und Unterhaltungsmusik des 11. bis 19. Jahrhunderts sowie die zeitgenössische/moderne/Neue Musik des 20. Jahrhunderts gehandelt. Die gesamte Unterhaltungsmusik der Wiener Strauß-Dynastie rangiert mittlerweile unter der Rubrik „Klassik“, man spricht von einer „klassischen Moderne“ und meint damit Komponisten wie Schönberg, Strawinsky, Bartok, Hindemith u.a. Ebenso gibt es die „Klassiker“ des Irish Folk, die klassische Operette, die klassischen Schlager der 20er Jahre (neuinterpretiert etwa vom Berliner Palastorchester), die Klassiker des Swing, des Rock'n'Roll, des British Beat sowie die klassischen Titel der „Old School“ des Rap der frühen 80er Jahre (von Grandmaster Flash & The Furious Five, Africa Bambaata, ...).

Da es nur eine Frage der Zeit zu sein scheint, ob Künstler und Musikstücke, die sich steter Re-



petition erfreuen als „klassisch“ bezeichnet werden, lässt sich unschwer prognostizieren, dass spätestens im Lauf der zweiten Hälfte des 21. Jahrhunderts die prominenten schöpferischen Musiker und Musikstücke auch der afroamerikanischen Zweige der Musik des 20. Jahrhunderts zur „Klassik“ gerechnet werden.

Nicht nur der verallgemeinernde Begriff „Pop“ sondern auch der verallgemeinernde Begriff „Klassik“ ist in Wahrheit ein von der Musikindustrie gebrauchtes Konstrukt. Das Fachpublikum, das zwischen Ars Antiqua und Ars Nova, Minnesang und Palestrinastil, barocken und reformierten Opern, romantischen Tondichtungen und Wiener Walzern, Dodekaphonie und Musique Concrete etc. unterscheiden kann, gebraucht „Klassik“ als Fachterminus, als saloppe Bezeichnung der „Wiener Klassik“, prototypisch repräsentiert durch die Werke von Haydn, Mozart und Beethoven.

Es wäre hoch an der Zeit, afroamerikanische Musik als Teil einer globalen Musikgeschichte zu begreifen

Ebenso bunt und geschichtsbewußt verhält es sich im Kosmos der Populärmusik, deren Historie nicht nur in Europa sondern auch in den ehemaligen Kolonien ansetzt: mit dem ersten Sklavenschiff, das 1517 von der afrikanischen Küste nach Amerika segelte. Genau während der Blütezeit der „Wiener Klassik“ (um 1770) erlebte der transatlantische Sklavenhandel seinen Höhepunkt, gleichsam als Schatten, als Kehrseite der europäischen Kulturnationen (vgl. Loth 1981). Trotz gravierender Unterschiede in Struktur und Funktion tragen Stile wie Ragtime, Bebop, Rumba, Rhythm & Blues, HipHop, House u.v.a. bis heute deutliche Spuren dieser Geschichte in sich.

Billie Holiday etwa hatte 1939 mit einem von ihr vertonten Gedicht von Lewis Allen über Lynchjustiz in den Südstaaten einen Hit („Strange

Fruit“). Auch die Rede von Martin Luther King („I have a dream ...“), gehalten bei einer Kundgebung des Civil Rights Movement in Washington 1963 dient bis heute als häufig (als Sample) zitierte Quelle in Soul, HipHop und anderen Dance Produktionen.

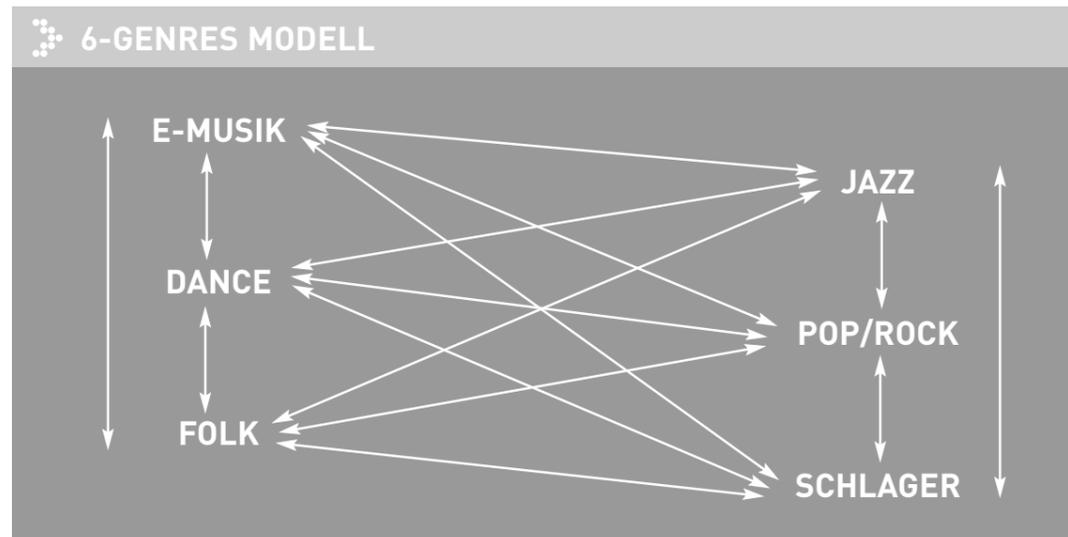
Es wäre hoch an der Zeit, afroamerikanische Musik als Teil der europäischen Kulturgeschichte zu begreifen oder besser noch als Teil einer globalen Musikgeschichte, die die kulturellen Ströme zwischen den Kontinenten jenseits eurozentrischen Denkens nachzuzeichnen versucht. „Pop“ als Kürzel für „populär“ zeigt überdies ähnliche Durchlässigkeitserscheinungen wie „Klassik“. Die „Meisterwerke“, „Originals“, „Evergreens“, „Standards“, „Greatest Hits“ und „Kult Tracks“ sind in ihrem Stilfeld in der Regel als solche populär, manche darüber hinaus berühmt, andere nur Experten bekannt.

CROSSOVER ALS CHANCE

Da die Hauptthese meines Beitrags lautet, „Oberfläche“ und „Tiefe“ seien nicht wesensmäßige Merkmale musikindustrieller Konstrukte wie „Pop“ oder „Klassik“ sondern Wahrnehmungsformen, die mit Nahe- bzw. Ferneverhältnissen zu einzelnen Musikgenres zu tun haben, ergibt sich nun die Frage, wie aus dieser Sicht das aktuelle Phänomen des sogenannten „Crossover“ zwischen Klassik und Pop eingeschätzt werden kann.

Es gab und gibt viele Formen des „Crossover“. Der Begriff beschreibt nach seinem Wortsinn das Auftauchen von Synthesen aus bisher getrennt voneinander existierenden Kunst- und Musikrichtungen. Z. B. entstand „Soul“ aus der Verschmelzung von Gospel mit Elementen des Rhythm & Blues, des Jazz und des Pop gegen Ende der 50er Jahre durch Komponisten/Interpreten wie Sam Cooke und Ray Charles. Diese Entwicklung wurde in den Gospelgemeinden nicht nur positiv aufgenommen. Dezidiert als „Crossover“ wurden in den 80er Jahren der eklektizistische Stil der „New York Noise Music“ (John Zorn u.a.), sowie Fusionen aus Heavy Metal und Punk (Suicidal Tendencies u.a.) bzw. Heavy Metal und HipHop (Beasty Boys, Rage against the Machine u.a.) bezeichnet.

Das oben vorgestellte „6 Genres Modell“ ist geeig-



net, die Fülle der Crossover-Phänomene und die Pluralität der gegenwärtigen Musiklandschaft zu beschreiben.

Das Modell ist hier nach dem gesellschaftlichen Status der einzelnen Stilfelder geordnet und gibt alle möglichen Austauschprozesse zwischen den sechs Genres an. Zu jeder der 30 Pfeilrichtungen lassen sich genügend reale Beispiele allein in Österreich finden.

Auch in der Musikindustrie spricht man von „Crossover“, wenn Interpreten und Titel die branchenübliche Kategorisierung überschreiten. So kann beispielsweise die Entstehung der Rockmusik als Crossover-Phänomen bezeichnet werden (vgl. Wicke 1997). Elvis Presley's „Don't Be Cruel“ belegte 1956 Platz 1 sowohl in den Rhythm & Blues Charts als auch in den Country & Western Charts und in den Pop Charts. Eine Grenzüberschreitung wurde zu einem neuen Musikstil (Rock'n'Roll) mit großem kommerziellem Erfolg. Ein ähnlicher Prozeß ereignete sich in den jüngstvergangenen Jahren bezüglich der üblicherweise getrennt geführten Groß-Kategorien „Klassik“ und „Pop“. „Crossover“ wird in diesem Zusammenhang von der Industrie als Marketingbegriff verwendet. Dabei geht es nicht nur um musikimmanente Austauschprozesse zwischen E-Musik und anderen Genres sondern genauso um verkauf-

technische Aspekte. Unter anderem werden Werke des E-Musik Repertoires funktionalisiert („Klassik zum Träumen“, Einsatz als Filmmusik etc.), in transmediale, quotenorientierte Marketingkonzepte einbezogen („Christmas in Vienna“, „Neujahrskonzert“,...) und wie „Greatest Hits“ behandelt („Die vier Jahreszeiten“, ...). Damit wird versucht, kommerzielle Erfolge jenseits der relativ engen Grenzen des Stilfeldes E-Musik zu landen. (Die im internationalen Vergleich hohen „Klassik“-Marktanteile in Deutschland und in Österreich – rund 10 % – sind derzeit deutlich rückläufig).

Durch diese Entwicklung bekommt nun auch das Stilfeld E-Musik die Widersprüche des gewinnorientierten Musikmarkts deutlicher zu spüren: Durch intensives Marketing können zwar neue Publikumsschichten erschlossen werden, die entsprechenden Strategien aber nehmen Anleihen bei der transmedialen, quotenintensiven Werbung des schnellen Segments Pop/Rock. Noch nie sind so viele Menschen wie heute mit dem Repertoire der E-Musik in Kontakt gekommen, dies bedeutet aber auch gleichzeitig die Pluralität von Hörverhaltensweisen und den Verlust der Kontrolle über den vielfältigen Gebrauch der Musik im Alltag. Dies muss kein Nachteil sein.

Die Refunktionalisierung und Rekontextualisierung von Kunst ist ein kunstinternes Thema seit den 60er Jahren (Aufhebung der Trennung von



Kunst und Leben´). Es gibt lange schon eine interne Krise des ´autonomen Kunstwerks´ im Rahmen der Moderne und eine Fülle von interessanten Neuanstätzen (John Cage und die Folgen, Happenings, Klanginstallationen, live-Aufführungen von Filmmusik, Improvisation, ungewöhnliche Auf-

Auch Mozart hat einstens dem Erzbischof von Salzburg den Rücken gekehrt.

führungsorte, ...). Gerade die Fülle an musikimmanenten Austauschprozessen mit Jazz, Elektro- nikszone, Pop/Rock und World Music, Tanz, Theater, Film, Computerkünsten etc. zeugen von der ungebrochenen Vitalität des Genres E-Musik, das sich als jahrhundertlang gewachsenes Referenzsystem naturgemäß ständig erneuert. Lediglich der hierarchische Anspruch, ´die Musik´ schlechthin zu sein, die alle Wertmaßstäbe vorgibt, ist nicht mehr länger aufrecht zu erhalten.

Da im Zuge der Verwertung der Vertriebsmöglichkeiten des Internet ein weiterer Konzentrationsschub in der Musikindustrie stattgefunden hat (BMG + Time/Warner + EMI gegen Sony + Universal) wird auch der E-Musik Sektor – wie andere Genres auch – gezwungen sein, mehr und mehr seine Identität mittels alternativer, selbstkontrollierter Vertriebswege abzusichern. Industrielle Verwertung im globalisierten Markt ist tendenziell immer mit Enteignung verbunden. Neue Meisterwerke werden gezwungen sein, sich im Falle des Falles im ´Mainstream der Minderheiten´ auch ohne potente Mäzene durchzusetzen (vgl. Holert 1996). Auch Mozart hat einstens dem Erzbischof von Salzburg den Rücken gekehrt.

Welche Konsequenzen sind daraus für die Musikpädagogik zu ziehen? Eine abschließende Skizze soll einige wenige Punkte dazu anreißen:

- Musikalische Bildung könnte heißen, die kulturellen Dimensionen der verschiedenen Musikrichtungen zu bearbeiten und zu vermitteln, zwischen Oberfläche und Tiefe hin und her zu pendeln, egal ob es sich um eine Fuge von Bach oder einen Schlager von Ger-

shwin handelt.

- Auch im Instrumentalunterricht macht es Sinn, sich sowohl mit strukturellen Feinheiten als auch mit funktionellen und kontextuellen Zusammenhängen verschiedenster Musiken auseinanderzusetzen.
- Die kreative Umsetzung solcher Erkundungen in vielerlei Veranstaltungen im öffentlichen Raum („Rekontextualisierung“) würde ein belebendes Gegengewicht zum Einzelunterricht schaffen, der die Musik notwendigerweise aus ihren sozialen Kontexten herauslöst (vgl. Gorny 1994).
- Für alle zeitgenössischen Musik- und Kunstformen sollten sowohl in Schulen und Musikschulen als auch in universitären Kompositionsklassen ausreichend Betätigungsmöglichkeiten vorhanden sein, sodass „Crossover“ im Sinne von lebendiger Kunst entstehen kann (vgl. Gorny 1996).
- Sowohl Formanalysen als auch Marktanalysen sollten zum selbstverständlichen Angebot von Schulen, Musikschulen, Konservatorien und Hochschulen gehören.
- Im Schulunterricht wäre in diesem Sinn der Tendenz entgegenzusteuern, sich mit Stilen der Populärmusik ausschließlich musikalisch praktisch auseinanderzusetzen statt durch ein lebendiges Wechselspiel zwischen sinnlicher Erfahrung und forschender Reflexion.
- Die ´autonome Persönlichkeit´, die über Traditionen und kulturelle Zusammenhänge vieler Arten von Musik ebenso bescheid weiß wie über Bedingungen, Möglichkeiten und Gefahren des Musikmarkts, sollte auf allen Ebenen das Bildungsziel sein.

Um die gegenseitige Befruchtung von „Pop“ und „Klassik“ und die Entstehung und Verbreitung von Werken, die als Spiegel der Zeit die Zeiten überdauern, muss man sich dann aufgrund der vorhandenen Talente keine Sorgen machen.

Dieser Text erschien in:
Lugert Verlag/Christoph Richter (Hg.): Diskussion Musikpädagogik 15, Was ist Popmusik?, 3. Quartal 2002, S 8ff.

LITERATURHINWEISE:

Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main 1987

Gorny, Dieter: Von der Bergischen Musikschule zur PopKomm. Die Förderung populärer Musik zwischen Pädagogik, Szene und Industrie in: Terhag, Jürgen (Hg.): Populäre Musik und Pädagogik. Grundlagen und Praxismaterialien, Oldershausen 1994, S 247 ff.

Gorny, Dieter: Der drohende Verlust der Gegenwart. Bezüge zwischen dem audiovisuellen Medienmarkt und der Musikpädagogik in: Jürgen (Hg.): Populäre Musik und Pädagogik. Grundlagen und Praxismaterialien, Band 2, Oldershausen 1996, S 15 ff.

Holert, Tom und Terkessidis, Mark (Hg.):
Mainstream der Minderheiten, Berlin 1996

Huber, Harald: Stilanalyse. Stile der Populärmusik im letzten Viertel des 20. Jahrhunderts, unveröffentlichtes Manuskript, Wien 1998 (Dissertation)

Loth, Heinrich: Sklaverei. Die Geschichte des Sklavenhandels zwischen Afrika und Amerika, Wuppertal 1981

Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt am Main 1997

Ritter, Joachim und Gründer, Karlfried (Hg.):
Historisches Wörterbuch der Philosophie, Band 4, Basel 1976

Strauss, Anselm: Grundlagen qualitativer Sozialforschung, München 1994

Wicke, Peter u.a. (Hg.): Handbuch der populären Musik, Berlin/Leipzig 1997

Willis, Paul: Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur, Hamburg 1991





LET'S TALK ABOUT GENDER

■ FRAUEN IN DER RAP-MUSIK

■ VON MICHAEL HUBER

■ Einer der erfolgreichsten und bei Jugendlichen beliebtesten Musiker der letzten Jahre ist der Rapper Eminem. Den nicht so sehr HipHop-Interessierten ist er – wenn überhaupt – weniger seiner Musik wegen bekannt, als vielmehr aufgrund der Skandale und Gerüchte, die man über ihn hört und liest. Da war die Rede von einer Unterlassungsklage seiner Mutter, die es offenbar satt hat, in seinen Texten beleidigt und erniedrigt zu werden. Dann gab es bei der Grammy-Verleihung 2001 die Proteste feministischer Organisationen, als bekannt wurde, dass Eminem ein Preisträger wäre. Andere Stimmen wiederum beschwichtigen, sprechen von kalkulierter, nicht ernst zu nehmender

Bei allen frühen Rap-Platten rappten die Frauen genauso gut wie die Männer, in manchen Fällen besser.

DAVID TOOP

Provokation des Musikers, die ihm die nötige Glaubwürdigkeit („streetcredibility“) bei der unverständenen Jugend garantiert. Wie auch immer man zu Eminems Aussagen steht, vom musikalischen Standpunkt betrachtet sind seine Veröffentlichungen

von höchster Güte, nicht zuletzt dank seines Produzenten und Mentors Dr. Dre. Aber die Frage stellt sich schon, ob Verbalinjurien heute mehr denn je Bedingung der Möglichkeit von Erfolg im HipHop-Geschäft sind. Und existieren in diesem Umfeld Frauen ausschließlich als Objekte der Diskriminierung und Ausbeutung? Was ist HipHop/Rap-Musik: Harmlose Poserei für pubertierende Mochtegens oder Ursache und Wirkung von Frauendiskriminierung in der Popmusik, von Frauenfeindlichkeit in der Gesellschaft? Die folgenden Ausführungen können diese Frage nur bedingt beantworten. Sie werden zeigen, dass Frauen sehr wohl eine tragende Rolle in der Entwicklung von HipHop/Rap-Musik spielten und spielen, und sie werden ausführen, wer diese Frauen waren und sind.

Vorweg möchte ich daran erinnern, dass HipHop/Rap-Musik als Underground-Bewegung in den Elendsvierteln von New York begonnen hat und bis heute in der Regel von Schwarzen für Schwarze gemacht wird. Beim durchschnittlich informierten Musikkonsumenten kommt über die Vermittlung der Massenmedien von den vielfältigen Erscheinungen der HipHop-Kultur nur mehr die Spitze des Eisberges an: das besonders auffällige, fremde, unverständliche wie z.B. erschossene Gangster-Rapper, und das am ehesten zu verstehen-

de wie z.B. Hollywoodschauspieler, die auch rapen. Für Gelegenheitskonsumenten von MTV entsteht beim Betrachten der Videoclips wahrscheinlich der Eindruck, als spielten Frauen in der Rap-Musik eine rein optische Rolle als Bikini-Trägerinnen. Dem ist nicht so. Anders als z.B. in der Rock-Musik, waren Frauen von Anfang an wesentlich an der Entwicklung von HipHop/Rap beteiligt. Die gesellschaftliche Funktion von Rap war jedoch an männlichen Verhaltensweisen orientiert, denn von Beginn an war es eine Grundidee der HipHop-Philosophie, die im schwarzen Ghetto alltäglichen Konkurrenzkämpfe nicht mehr mit Waffen auszutragen, sondern jetzt ein relativ harmloses Mittel zu haben, die Gegner öffentlich herauszufordern, indem man eine Rap-, DJ-, Breakdance- oder Graffiti-Performance vorlegt, die Respekt abringt und eine Antwort provoziert.¹ Die Sphäre der Rap-Musik, wo es also auch darum geht, die eigenen Qualitäten hervorzuheben, ist somit ein ideales Forum für Selbst-Darsteller, Angeber und Übertreiber. Für Wettbewerbe nach dem Motto: „My shit is better than yours. Your shit sucks“ sind Männer sozialisationsbedingt besser vorbereitet als Frauen, und durch diesen Startnachteil und andere Ausschluss-Mechanismen haben es wesentlich weniger Frauen als Männer geschafft, sich in der HipHop-Szene nachhaltig durchzusetzen.

Vor kurzem hat ein Popmusikmagazin seine Leser/innen gebeten, „women who rock your world“ zu rangieren, und gleichzeitig haben die Redakteurinnen eines Frauen-Musik-Magazins genreübergreifend ihre „100 essential women in music“ genannt. In beiden Fällen wurden bei der Bekanntgabe des Ergebnisses nicht sehr viele Frauen angeführt, die man HipHop/Rap zuordnen kann. Bei der Publikumswahl² waren das: Missy Elliott (Platz 22), Mary J. Blige (52), Lil' Kim (67), und Salt-N-Pepa (98). Die Redakteurinnen des Rockgirl Magazine³ wählten (ohne Rangreihung, in alphabetischer Folge): Missy Elliott, En Vogue, Lauryn Hill, Queen Latifah und TLC. Nur vier bzw. fünf von hundert Frauen also lassen sich diversen HipHop-Stilen zuordnen. Auf der Rezeptionsseite sieht es demnach nicht sehr gut aus, vor allem wenn man bedenkt, welche große Rolle HipHop heute in der Popmusik spielt. Aber wagen wir einen Blick zurück, zu den Anfängen:

Eine der Wurzeln von Rap-Musik, wie wir sie heute kennen, war der sogenannte Soul-Rap der frühen 1970er Jahre. Das war eine Weiterentwicklung der klassischen afroamerikanischen Gospel-Gesänge/Predigten. Die Sänger/innen erzeugten im Soul-Rap durch den Einsatz gesprochener Stellen eine gesteigerte Spannung und die Illusion einer direkten, persönlichen Ansprache, die dem einzelnen Zuhörer / der einzelnen ZuhörerIn gewidmet scheint. Eine der Pionierinnen dieser Soul-Raps war Laura Lee. Sie verwendete diese Sprechstellen auch, um eine andere (Frauen-)Position (gegenüber der gesungenen Position) zum Ausdruck zu bringen. Stücke wie

Frauen rappen natürlich auch über rassistische Diskriminierung, aber ihr Haupt-Thema ist ein Anderes: Sexistische Diskriminierung...

„Dirty Man“ oder „Uptight Good Man“ waren frühe Ausdrucksformen eines Kampfes der Frau um Unabhängigkeit. Diesem Beispiel folgten viele Musikerinnen, allen voran Irma Thomas („Coming From Behind“).⁴

Frauen-Rap unterschied sich von Männer-Rap anfänglich hauptsächlich bzgl. der angesprochenen Themen. Abgesehen von Hymnen an die eigene Person, ist die Intention von HipHop/Rap-Musik im wesentlichen das, was Chuck D von der Gruppe Public Enemy einmal als „CNN of the black man“ bezeichnet hat: Das Beschreiben und Anprangern der Lebensbedingungen in den Schwarzen-Vierteln der Großstädte. Der erste Rap solchen Inhalts wurde 1982 von Grandmaster Flash veröffentlicht und trägt bezeichnenderweise den Titel „The Message“⁵. In den sozialkritischen Raps der afroamerikanischen Männer geht es also vor allem darum, wie schlecht es ihnen geht bzw. gegangen ist, und wie hart das Leben des schwarzen Mannes auf der Straße ist. Frauen rappen natürlich auch über rassistische Diskriminierung, aber ihr Haupt-Thema ist ein Anderes: Sexistische Diskriminierung und das Verhalten der Männer ihnen gegenüber. Tricia Rose⁶ hat diesbezüglich drei vorherrschende Themen identifiziert: Das Interesse der Männer an



(1) Zur Entstehungsgeschichte all dieser Ideen siehe: Toop 1999, Shaw 1998
(2) Q Magazine, Dezember 2001, p. 75-80
(3) Women who rock. 100 essential women in Music. Fall 2001 (Kooperation und Sondernummer von Guitar One und Rockgirl)
(4) Siehe: Toop 1999 und Jamison 1999 [gilt prinzipiell für alle Namen und Songtitel, wenn nicht anders angegeben]
(5) Ursprünglich war die Funktion der Rapper darauf beschränkt, bei Live-Auftritten des DJ dessen Fähigkeiten zu preisen, das Publikum zum Tanzen aufzufordern, die Stimmung anzuhetzen. Ihre Bezeichnung MC („Master of Ceremony“) geht auf diese Funktion zurück.
(6) Rose 1994, p. 147.



anderen Frauen als der eigenen, die Wichtigkeit einer Frauen-Stimme in der „Kulturberichterstattung“ und die Darstellung von Frauen / Frauen-Körper / Frauen-Sexualität in Rap-Texten und in der HipHop-Szene generell. Viele Rapperinnen reagier(t)en mit Antwort-Songs auf sexistische Auftritte von Rappern. Es wäre jedoch falsch, die Intentionen der Rapperinnen darauf zu reduzieren. Alle Rapperinnen und Rapper auf der ganzen Welt thematisieren, wenn sie glaubwürdig sein wollen, diejenigen Geschichten, die sie ganz konkret betreffen, und das ist bei den afroamerikanischen Frauen eben fast immer die doppelte Diskriminierung durch Rassismus und Sexismus. Diese Thematisierungen erfolgen meist nicht in Form allgemeiner Anklagen oder Beschuldigungen, sondern insofern, als beispielhafte Geschichten erzählt werden. Durch das Beschreiben selbst erlebter, alltäglicher Geschichten, werden die betreffenden „Sünder“ direkt angesprochen. Die Intention dieser Raps ist nicht primär, Stimmung gegen die Männer zu machen, sondern die Perspektive der Frauen (auch den Männern) zu erklären. Für Tricia Rose, eine weiße Feministin, ist das ein wesentlicher Unterschied zum akademischen Feminismus, [der hauptsächlich von weißen Mittelschicht-Frauen getragen wird; MH], wo in der Regel über Männer und deren Sexismus in der dritten Person Plural gesprochen wird, was zur Folge hat, dass die Betroffenen davon meist unberührt bleiben. Dazu passt, dass die von Tricia Rose befragten Rapperinnen, wie z. B. MC Lyte nicht damit einverstanden waren, als Feministin bezeichnet zu werden. Feminismus ist in ihren Augen eine Anti(-Männer)-Bewegung und somit genau das, wogegen sie auftreten, nur mit umgekehrten Vorzeichen.

Zurück zur Rolle der Frau in der Geschichte der Rap-Musik: In den frühen 1970er-Jahren haben einige Musikerinnen und Musiker die Tradition des 1960er-Jahre-Soul-Raps wieder aufgenommen und international populär gemacht. Die wichtigsten waren: Barry White, Isaac Hayes und Millie Jackson. Von letzterer stammt der Rap-Klassiker dieser Zeit: Über einer klassischen Soul-Ballade „(If Loving You Is Wrong) I Don't Want To Be Right“ diskutiert sie in Monologform alle Für und Wider einer Affäre mit einem verheirateten Mann. Mit dieser Art von Vortrag ist Millie Jackson so erfolg-

reich geworden, dass sie ihre Gesangs-Stimme, durch deren Qualität sie bekannt geworden war, umstellte und sich hauptsächlich auf das Rappen konzentrierte. Ebenfalls erfolgreiche Rapperinnen dieser Zeit waren: Shirley Brown („Woman To Woman“, „Telephone Rap“), Betty Wright („She's Got Paper On Me“), Barbara Mason („She's Got The Papers, But I've Got The Man“), Lолletta Holloway („All About The Paper“, „Catch Me On The Rebound“).

In den New Yorker Anfangsjahren um 1980, als HipHop noch nicht „entdeckt“ war, gab es laut Grandmaster Flash in etwa gleich viele Rapperinnen und Rapper. In vielen kleinen Gruppen „rockten“ sie die Schulhöfe, die Parks, die Strassen, die Block-Parties. Little Lee z.B. rappte mit Kool DJ AJ, Sweet & Sour waren mit Grandmixer D.ST. unterwegs. Auch in den Breakdance-Gruppen gab es Frauen, wie z.B. Daisy Castro bei der Rock Steady Crew oder die B-Girl-Gruppe Dynamic Dolls. Bekannte Graffiti-Writerinnen waren Lady Pink und Lady Heart. Als die Szene dann größer geworden, über die Bronx und Brooklyn hinausgegangen ist, haben viele Frauen den Schritt in die Halb-Professionalität nicht getan. Ein Grund dafür war oft, dass es für Frauen wesentlich gefährlicher und schwieriger war, in der Nacht mit dem z.T. teuren Equipment in fremde Stadtviertel zu fahren. Als dann die traditionell männerbündlerische Musikindustrie¹ groß in das Rap-Geschäft einstieg, war für viele Frauen der Zug Richtung Rap-Karriere endgültig abgefahren. Unter den wenigen wirklich professionellen Rappern der ersten Stunde war lediglich eine Frauengruppe: The Mercedes Ladies. Geblieden ist von ihnen leider nichts als ein vielversprechender Beitrag zur Platte „Don's Groove“ von Donald D. Vor allem ihre DJ Baby D, laut Grandmaster Flash damals eine seiner stärksten Konkurrent/inn/en, hätte das Zeug gehabt, groß herauszukommen. Stattdessen hat sie irgendwann einfach aufgehört.

Anders als in der Rockmusik gab und gibt es auch Frauen hinter wichtigen Schreibtischen des HipHop-Business. Bei Plattenfirmen sind das z.B. Monica Lynch (Tommy Boy), Carmen Ashurst-Watson (Def Jam) oder Jane Doe, die bei Rawkus die Newcomer-Schiene Lyricist Lounge betreut. Tracii McGregor wiederum ist Redakteurin bei The Source, der wichtigsten HipHop-Zeitschrift über-

haupt. Eine der wichtigsten Rollen in der Geschichte der Rap-Musik spielte jedoch Sylvia Robinson, die Gründerin und Mit-Eigentümerin von Sugarhill Records in New Jersey. Sie war in den 1950er-Jahren Soul-Sängerin und Gitarristin gewesen, hatte mit dem Gitarristen Mickey Baker einen Single-Erfolg mit „Love Is Strange“ gehabt und versuchte sich als Produzentin und Label-Betreiberin, als sie diesen Erfolg als Musikerin nicht wiederholen konnte. Sie gründete eine Reihe von kleinen Plattenfirmen, auf denen meist ziemlich exzentrische Musiker veröffentlichten. (Nebenbei hatte sie damit auch die Möglichkeit geschaffen, nach Belieben ihre eigenen Platten aufzunehmen.) Der Umstand, dass sie so die eigenartigsten Gesangstile zu hören bekam, machte sie sehr offen für Neues, was wahrscheinlich ausschlaggebend für ihr Interesse an Rap-Musik war. Durch ihre Kinder, die sich HipHop-Mixtapes aus New York besorgt hatten und davon begeistert waren, kam Ms. Robinson zur Überzeugung, dass sich damit gutes Geschäft machen ließe. Sie holte sich aus dem Bekanntenkreis ihres ältesten Sohnes und von der Strasse drei junge Männer ins Studio, die sich dadurch hervorgetan hatten, dass sie fremde Texte nachrappten. So entstand 1979 mit dem gesampelten Basslauf der Disco-Hymne „Good Times“ der erste Rap-Hit auf Schallplatte. „Rappers Delight“ erreichte Platz 36 in den US-Charts, wurde ein großer internationaler Hit und schließlich die meistverkaufte Maxisingle aller Zeiten.

Dieser Überraschungserfolg hat viele Plattenfirmen und unabhängige Produzenten motiviert, ihre Kundschafter auszuschicken, nach Rappern Ausschau zu halten. Eine der ersten Gruppen, die von dieser Goldgräberstimmung profitierten, waren die Funky Four mit der Rapperin Sha Rock. Noch 1979 kam ihre Platte „Rappin and Rockin In The House“ auf den Markt. Sha Rock hatte sich einen guten Ruf nicht nur als MC sondern zuerst als Meisterin der Beat-Box erarbeitet. 1981 war sie dann mit den Funky Four und der Nummer „That's The Joint“ als erste Rap-Gruppe überhaupt in der Saturday Night Live-Show. In den darauffolgenden Jahren gab es eine ganze Menge Frauen in der Rap-Szene: Da war Lady D bei den Funky Four Plus One More, The CC Crew, Naomi Peterson, Paulette & Tanya Winley, DJ Lady B aus Philadelphia, die 1980 mit „To The Beat Y'all“ die erste Rapperin auf Schallplatte war. Oder:

Lisa Lee, die Front-Woman der Cosmic Force, die später auch bei Afrika Bambaataas Zulu Nation war. Später ist sie mit Sha Rock und (der Mercedes Lady) Debbie Dee als Us Girls auf dem „Beat Street“-Soundtrack¹ vertreten. Oder DJ Jazzy Joice, die mit Sweet T den Hit „It's My Beat“ herausgebracht hat und noch heute eine gefragte DJ in New York ist. Ein

Die bedeutendste Rapperin der „Old School“ war jedoch Roxanne Shanté.

weiteres Highlight der Anfangszeit war das ebenfalls von Sylvia Robinson „entdeckte“ Girl-Trio Sequence mit dem „Monster Jam“ oder der Nummer „Funk You Up“, in der die Sängerin Angie Stone² den Jungs erzählt, dass sie erst gar nicht bei ihr „anklopfen“ brauchen, wenn sie ihre Bedürfnisse nicht erfüllen können.

Die bedeutendste Rapperin der „Old School“ war jedoch Roxanne Shanté. Als 1985 ihre Debut-Platte „Roxanne's Revenge“ herauskam, war sie gerade 14 Jahre alt. „Roxanne's Revenge“ stand in der Tradition der klassischen Antwort-Schallplatten des 1960er-Jahre-Soul-Rap. Es war eine sehr scharfe und sehr erfolgreiche Reaktion auf den Rap „Roxanne Roxanne“ von U.T.F.O., in dem es um eine junge Frau geht, die es „wagt“, eine eindeutige Einladung abzulehnen, und daraufhin aufs Schlimmste beschimpft wird. Als die Produzenten von U.T.F.O. sahen, wie gut „Roxanne's Revenge“ beim weiblichen Publikum ankam, wollten sie auch davon profitieren. Sie suchten nach einer geeigneten Interpretin für einen eigenen Antwort-Song und fanden sie in der Kellnerin Adelaida Martinez. Sie bekam den Künstlernamen The Real Roxanne, und genauso wurde auch der Antwort-Song genannt. Das war sozusagen die „Revenge“ aus dem eigenen Haus, aber „Roxanne's Revenge“ von Roxanne Shanté war die schlagkräftigste der über hundert Antwort-Songs auf „Roxanne Roxanne“. Damit war gleichsam der Startschuss gefallen, die Tradition des „Dozens“³ auf breiter Ebene in den HipHop aufzunehmen. Bis zum heutigen stand des „Dissens“⁴ à la Eminem ist die Sprache um einiges rauher geworden, das Samplen bei den Gegnern



(1) „Beat Street“ ist einer der klassischen Old School HipHop-Filme.

(2) Ende der 1990er Jahre feierte sie ein großes Comeback als Diva des HipHop-Soul.

(3) „The Dozens“ ist eine der Bezeichnungen für die traditionellen afrikanischen Spottlieder. Siehe dazu: Toop 1999, S. 42-46.

(4) Jmd. dissen: Neudeutsch für: (engl.) to disrespect _ to dis

(1) Siehe Negus 1992, S 126f.



frecher und die gegenseitige Beleidigung schärfer. Aber der positive Effekt dieser Entwicklung war, dass auch die Rapperinnen jetzt nach Belieben so hart wie sie wollten rappen konnten, ohne befürchten zu müssen, vom (plattenukaufenden) Publikum völlig abgelehnt zu werden. Die Gruppe J.J. Fad z.B. wurde von Roxanne Shanté auf ihrer Platte „Wack It“ hart gedisst und antwortete nicht weniger deutlich mit ihrem „Ya Goin' Down“. Pebblee Poo beantwortete die Nummer „A Fly Girl“ der Boogie Boys mit ihrem eigenen „A Fly Girl“, und E-Vette Money nahm „E-Vette's Revenge“ für L.L. Cool J's „Dear Yvette“. Aber vor allem Roxanne Shanté hat sich oft an solchen Schlagabtauschen beteiligt und immer wieder mit Nummern wie „Queen of Rox“, „Bite This“, „What's On Your Mind“ und „Independent Woman“ ihre Gegner das Fürchten gelehrt.

Alle Rapperinnen, die damals
herauskamen, hatten nur eine
Chance, wenn sie von Männern
„entdeckt“, produziert,
gefördert wurden.

Ende der 1980er-Jahre entwickelte sich HipHop mit einer zunehmenden Ausdifferenzierung in verschiedene Stile zur „New School“. Die Konkurrenz wurde größer, Aufmerksamkeit zu erregen wurde schwieriger. Der Ton wurde noch rauer, genauso wie das Image der Rap-Musik. Mit aufkommendem Gangster-Rap wurden HipHop-Karrieren für Frauen noch schwieriger, als sie zuvor schon waren. Nicht nur Waffen kamen groß in Mode, auch frauenfeindliche Raps hatten Hochsaison, wie z.B. „Get Off My Dick And Tell Yo Bitch To Come Here“ von Ice Cube. Einige Rapperinnen schafften trotzdem den Durchbruch: 1991 (im sechsten Jahr seines Bestehens) brachte das Label Def Jam seine erste Platte mit einer Rapperin heraus: „Daddy's Little Girl“ von Nikki D. Etwa zur selben Zeit wurde Sister Souljah Bandmitglied bei Public Enemy, der damals wichtigsten Rap-Gruppe überhaupt. YoYo wiederum brachte ihr Album „Make Way For The Motherlode“ heraus (co-produziert von Ice Cube) und gründete die „Intelligent Black Women's Coalition“, mit dem Ziel, den Status und

das Selbstbewusstsein der Frauen zu heben, die ganz offensichtlich unter dem planmäßigen Ausschluss durch die Männer zu leiden haben.

YoYo wurde 1989 von Ice Cube „entdeckt“, bewegt sich seither immer hart an der Grenze zwischen „Good Girl“ und „Bad Girl“, und hat bis heute vier LPs herausgebracht. Alle Rapperinnen, die damals herauskamen, schafften den Durchbruch nicht allein aus eigener Initiative, hatten nur eine Chance, wenn sie von Männern „entdeckt“, produziert, gefördert wurden. Das brachte meist zwei Nachteile mit sich: Die Rapperinnen konnten nicht den Sound aufnehmen, den sie wollten, sondern wurden mit weicheren, kommerzielleren Rapsongs herausgebracht (damit sie keine Konkurrenz darstellen). Und viele der Männer, die den Rapperinnen geholfen hatten, eine Platte auf den Markt zu bringen, erwarteten dafür sexuelle Gefälligkeiten. Erstaunlich gut durchgesetzt in diesem harten Klima hat sich MC Lyte. Ihre erste Single „Cram to Understand“ veröffentlichte sie 1986 im Alter von 16 Jahren. Zwei Jahre später erschien ihre erste LP „Lyte As A Rock“, die ihr den Respekt von wichtigen Leuten wie Chuck D einbrachte. Die Platte enthielt u.a. die Nummer „Paper Thin“, die als Single ausgekoppelt wurde und 125.000 Stück verkaufte ohne auch nur ein Mal im Radio gespielt zu werden. Darin beschreibt sie, wie sie mit ihrem Freund verfährt, der sie betrogen hat. Ihre zweite LP „Eyes On This“ aus dem Jahr 1989 war ebenfalls sehr erfolgreich und enthielt den Nr. 1 Hit „Cha Cha Cha“, eine rauhe Nummer, die MC Lyte's Ruf als „Bad Girl“ bestätigte. Bis heute hat sie noch weitere vier LPs veröffentlicht (zwei gute, zwei schlechte), und denkt noch lange nicht ans Aufhören.

Ganz anders als MC Lyte oder YoYo setzt Queen Latifah auf königliches Auftreten, afrozentrisches Bewusstsein und „positive vibration“. Sie begann als „human beatbox“ für die Girl-Rap-Gruppe Ladies Fresh, bevor sie den DJ Mark The 45 King traf und mit ihm 1989 die LP „All Hail The Queen“ herausbrachte. Daraus ist u.a. die programmatische Single „Ladies First“, auf der sie die britische Rapperin Monie Love vorstellt. „Ladies First“ gilt als unübertroffen, wenn es gilt, Frauen aufs Podest zu stellen ohne gleichzeitig Männer zu erniedrigen. Queen Latifah's Markenzeichen: Harte

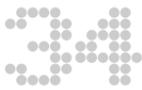
Beats und elegante Raps. Mit allem, was sie ausstrahlt(e), war sie wie geschaffen für die Back-to-the-Roots-Bewegung der „Native Tongue Family“ und wurde von De La Soul und den Jungle Brothers mit offenen Armen aufgenommen. Sie hat seither drei weitere LPs herausgebracht, erfolgreich in mehreren Kinofilmen und einer Sitcom mitgespielt und ist Mitbetreiberin einer Musikmanagement- und Plattenfirma.

Mit der „New School“ kam auch das Interesse des Fernsehsenders MTV an der Rapmusik und somit die Gefahr der gnadenlosen Kommerzialisierung. MC Hammer, Ice MC und Will Smith erreichten im HipHop nie da gewesene Aufmerksamkeit und stellen für viele Konsumenten bis heute das gute und einzige Gegenstück zum Gangster-Rap dar. Für die weiblichen Rap-Gruppen, die immer schon zu kommerzielleren Sounds gedrängt worden waren, war das neue Interesse der Popmusik-Szene eine große Chance. Viele sind auf diesem Hype nach oben geschwommen aber bald wieder abgestürzt, wie z.B. die Wee Papa Girl Rappers oder JJ Fad. Eine der damals aufgekommenen Gruppen jedoch hält sich bis heute ganz oben: Die lange Zeit wichtigste Frauen-Rap-Gruppe Salt-N-Pepa. Ihre erste Platte war, wie schon bei Roxanne Shanté, ein Antwort-Song: Mit „The Showstopper“ reagierten sie erfolgreich auf die Selbstverherrlichungs-Hymne „The Show“ von Doug E. Fresh, und wenig später erschien ihre erste LP „Hot, Cool & Vicious“. Mit kommerziellem Erfolg im Rücken konnten sie auf ein Nette-Mädchen-Image verzichten, und so entstanden einige sehr deutliche Statements gegen den sexistischen Trend in der Rap-Szene („Push It“, „Shake Your Thang“, „Let's Talk About Sex“). „Hot, Cool & Vicious“ erreichte innerhalb von zwei Jahren Doppel-Platin, ein Erfolg, den keine Frauen-Musikgruppe zuvor erreicht hatte. Das ist umso beachtlicher, als sich bis dahin Platten von Rapperinnen eher durchschnittlich gut verkauft hatten. Die von Dr. Dre produzierte LP „Supersonic“ der Gruppe J.J. Fad war wie einzige Frauen-Rap-Platte, die zuvor Gold erreicht hatte, denn das männliche Publikum fühlte sich von Frauen-Raps nicht wirklich angesprochen, und das weibliche Publikum zog die melodischen R&B-Sounds den harten HipHop-Beats vor. Salt-N-Pepa haben das erkannt. Sie rappen ihre harten Sprüche über weiche Melodien.

Seit Mitte der 1990er-Jahre ist die Entwicklung der Frauen-Rap-Szene geprägt von zwei diametral verlaufenden Strömungen. Auf der einen Seite hat die Bereitschaft des weiblichen Publikums, Rap-Platten zu kaufen, wenn diese mit einem groovigen R&B-Sound produziert sind, eingängigen Soul-Arrangements zu einer dominierenden Bedeutung in Dance-Rap- und Soul-Rap-Produktionen verholfen, was dazu führte, dass die Grenzen zwischen „Contemporary R'n'B“, „Nu Soul“ und HipHop immer mehr verschwimmen. Auf der anderen Seite thematisierten zunehmend auch Frauen das brutale Gang-Leben auf der Straße, was zuvor Gangster-Rappern wie 2Pac oder Notorious B.I.G. vorbehalten war. Das Auftauchen von Gangster-Rapperinnen ist ein Indiz für geänderte gesellschaftliche Bedingungen, an den benachteiligten Lebensumständen der Afroamerikaner/innen in den Großstädten hat sich allerdings in den letzten Jahrzehnten nichts zum Besseren verändert. Neu ist höchstens ein sozialpolitisches Interesse an diesen Umständen, was sich jedoch auf die gesellschaftliche Wirklichkeit nicht wahrnehmbar auswirkt. Das Umfeld, in dem sehr viele Afroamerikaner/innen aufwachsen, ist mehr denn je geprägt von Gewalt und Drogen, von wirtschafts- und bildungspolitischer Hoffnungslosigkeit. Eine neue Qualität dieser sozialen Lage ist jedoch, dass jetzt immer mehr Frauen mit sexueller Gewalt, Aids, Drogenabhängigkeit und Waffengewalt direkt konfrontiert sind. Folge davon war das Auftauchen von Gangster-Rapperinnen wie Da Brat, Foxy Brown, Lil' Kim oder Princess Superstar. Sex & Crime werden von ihnen explizit thematisiert, im Bestreben, den Spieß der Ausbeutung umzudrehen. Joan Morgan kommentiert das wie folgt: „Der Pussy-for-sale-Materialismus, der Lil' Kims Album¹ dominiert, ist unter jungen Frauen weit verbreitet. Unter dem Deckmantel ‚Sex‘ glauben sie zu Sicherheit, Wohlstand und Macht zu kommen. In der schwarzen Community, wo Frauen erschwert Zugang zu diesen Dingen haben, kann Trickin' zur Möglichkeit werden, das Spielfeld zu ebnet. Ironischerweise bangen die gleichen Frauen, die in den 80ern zu Gwen Guthries ‚Ain't Nothing Going On But The Rent‘ den Boogie tanzten, nun um ihre Töchter, die mit Lil' Kim singen: ‚No money, money, no lickie lickie, fuck you dicky dicky‘. Oder ‚Takin' it all from the stash to the keys‘ mit Foxy Brown. Beide reduzieren den Wert des Brothers auf



(1) Lil' Kim: Hard Core (1996)



den Inhalt ihrer Brieftaschen. Beide wollen schwarzen Frauen weismachen, ihr größter Erfolg liege in ihrer Punanny.“²

Angekündigt und eingeführt wurde diese Philosophie von Da Brat. Nachdem sie in Chicago einen Amateur-Rap-Wettbewerb gewonnen hatte, erkannte der Produzent Jermain Dupri ihr Potential und nahm mit ihr 1994 die LP „Funkdafied“ auf, die völlig unerwartet Platin-Status erreichte. Dass sie diesen Erfolg nicht wiederholen konnte, tat der Bitch-Rap-Mode keinen Abbruch, denn bald darauf kam Foxy Brown. Auch sie machte auf sich aufmerksam, indem sie einen Talentwettbewerb gewann (1994 in Brooklyn). Das Produzenten-Team Trackmasters arbeitete zu der Zeit gerade an LL Cool J's LP „Mr. Smith“, und die damals 14-jährige Inga Marchand, die sich nach der Blaxploitation-Heldin Foxy Brown benannte, wurde eingeladen, auf der Nummer „I Shot Ya“ ihr Platten-Debüt als Rapperin zu geben. Die Single wurde ein Hit und führte zu weiteren Gastauftritten für Jay-Z, Total, Toni Braxton und Case. Bald war sie Mitglied der Posse² des hoch angesehenen Nas, und 1996 – nachdem sich die Plattenfirmen um sie gerissen hatten – veröffentlichte sie auf Def Jam ihre Debüt-LP „Ill Na Na“, die auf Platz 7 der Album-Charts einstieg. Mit „China Doll“ festigte sie 1999 ihre Position an der Spitze, wo sie sich gemeinsam mit Lil' Kim, ihrer Kollegin aus Brooklyn, bis heute behauptet. Foxy Brown und Lil' Kim sind sich in Image & Outlook sehr ähnlich, jedoch ist letztere noch um einiges konsequenter und härter. Kimberly Jones' Eltern ließen sich scheiden, als sie neun Jahre alt war, und sie ging mit ihrem Vater, der sie wenige Jahre später auf die Straße setzte. Sie schlug sich bei Freunden und auf der Straße durch, bis Notorious B.I.G. ihr Potential entdeckte und sie zur Gruppe Junior M.A.F.I.A. brachte, mit der sie 1995 die Debüt-LP „Conspiracy“ aufnahm. Nach mehreren Gastauftritten bei namhaften Gruppen ging sie an die Produktion ihrer Debüt-LP, gemeinsam mit Puff Daddy, Jermain Dupri, u.a. „The result, entitled Hard Core, was released in late 1996. Lil' Kim's marketing campaign for the album was quite provocative – she was dressed in a skimpy bikini and furs in the advertisements, as well as the album covers – but instead of resulting in a backlash, the album became a hit, debuting at number 11 on the

pop charts. [...] As the album's title implies, Lil' Kim was a rarity among female rappers – one that not only concentrated on edgy, hardcore rap, but also explicit sexuality, two territories that had long been the province of male rappers. Of course, Lil' Kim's near-pornographic sexuality and hard edged rhythms made her an anomaly within hip-hop, but Hard Core proved that she was no novelty, as it garnered positive reviews and strong sales.“³ Und es war keine vorübergehende Modeerscheinung: Seit Ende der 1990er Jahre haben einige Newcomerinnen in den härteren Rap-Gefilden auf sich aufmerksam gemacht: Queen Pen ist wahrscheinlich die unglücklichste von ihnen. Ins Rampenlicht gerückt durch ihren bemerkenswerten Gastrap auf Blackstreets Hit-Single „No Diggity“ wurde ihre LP „My Melody“ von Terry Riley für ein Pop-Publikum produziert, das jedoch mit ihren Texten überfordert war. Auch Kelis schaffte mit einem Gastrap den Durchbruch, landete allerdings auch mit ihrer Debütsingle „Caught Out There“ einen Hit. Ihr angry-women-Slogan „I hate you so much right now“ war wochenlang in aller Munde. Ende 2001 erschien ihre zweite LP. Rah Digga hat für ihre Debüt-LP „Dirty Harriet“ viel Kritikerlob bekommen. Eve ist mit ihrer Hitsingle „Let Me Blow Ya Mind“, einem von Dr. Dre produzierten Duett mit der Rocksängerin Gwen Stefani, in der Hot Rotation der Hitradios. Die blonde Princess Superstar wiederum ist so etwas wie das weibliche Gegenstück zu Eminem, wenngleich bei ihr die „Explicit Lyrics“ nicht annähernd so viel Erfolg nach sich ziehen.

Der andere Weg des Frauen-Rap geht seit Mitte der 1990er-Jahre in Richtung Soul-Rap. Dieser Crossover aus R&B und Rap in der heutigen Form nahm eigentlich schon Ende der 1980er-Jahre seinen Anfang. Namentlich die Gruppe En Vogue hat sehr viel zur Erfolgsgeschichte von Soul-Rap beigetragen. Das Frauenquartett En Vogue wurde 1988 von den zwei Produzenten Denzil Foster und Thomas McElroy konzipiert und zusammengestellt. Sie wollten eine R&B-Girlgroup nach dem Vorbild der Supremes gründen, allerdings musikalisch mehr in Richtung HipHop- und NewJack-Rhythmen. Vier Models, die gut singen konnten, wurden gecastet, und mit teuer produzierten Musikvideos war man bald Stammgast bei MTV. Die erste LP „Born To Sing“ erschien 1990 und erzielte durch die Hit-Single „Hold On“ Platin-Status. Die Nachfolge-LP „Funky Divas“ (1992)

wurde von Kritik und Publikum begeistert aufgenommen. Sie enthielt eine breite Palette an Stilen (Pop, Rock, R&B, Rap, Reggae) und die drei Top-Hits „My Lovin' (You're Never Gonna Get It)“, „Giving Him Something He Can Feel“ und „Free Your Mind“, allesamt jetzt schon Klassiker des Genres. Der bedeutendste Schritt zur Verbindung von R&B und Rap erfolgte dann 1993 durch die Kooperation mit Salt-N-Pepa und dem Top-Hit „Whatta Man“.

Pionierin eines noch stärker HipHop-orientierten Zugangs zu R&B war Michel'le. Ihrer Zeit um Jahre voraus bewegte sie sich schon Ende der 1980er Jahre im Umfeld des Gangsta-Rap-Labels „Ruthless“ und lieferte mit der LP „Michel'le“ die Blaupause für HipHop-Soul.

Erfolgreich fortgesetzt wurde diese Tradition von Faith Evans und Mary J. Blige. Während Evens trotz hervorragender Veröffentlichungen primär als Witwe des publikumswirksam ermordeten Notorious B.I.G. bekannt ist, erfuhr Blige von Beginn an den ihr zustehenden Respekt. 1992, nach ihrem Durchbruch mit der LP „What's The 411?“ und den Singles „Reminisce“ und „Real Love“ wurde sie zur „New Queen of HipHop Soul“ ausgerufen. Sie musste diese Krone zwar zwischenzeitlich an TLC, die bis heute erfolgreichste R&B/Rap-Gruppe überhaupt, abgeben, markierte jedoch 2001 mit der Hitsingle „Family Affair“ ihr Comeback an der Spitze.

Das Trio TLC („T-Boz“, „Left Eye“ und „Chilly“) aus Atlanta war sehr erfolgreich, bis es durch den frühen Tod der Prima inter paras aus der Bahn geworfen wurde. Die Debut-LP „Ooooooh...On The TLC Tip“ kam im Jahr 1992 heraus. Hervorragend produziert von der R&B-Sängerin/Produzentin Pebbles enthielt sie die drei Top-Ten-Hits „Ain't 2 Proud 2 Beg“, „What About Your Friends“ und „Baby Baby Baby“. Die folgende LP „Crazysexycool“ (1994) übertraf diesen Erfolg sogar, enthielt drei Nummer-1-Singles und verkaufte sich viermillionenmal. 1999 folgte dann der dritte Streich „Fan Mail“ mit zwei weiteren Hit-Singles. Ein Grund für den großen Erfolg war sicher auch die hervorragende PR-Arbeit: Lisa „Left Eye“ Lopez verkörpert die Rebellin des Trios und blieb immer in den Schlagzeilen: Sie nahm sich einen Football-Star zum Boyfriend, wurde betrogen, zündete sein Haus an, ging dafür ins Gefängnis, kam erfolgreich zurück mit einer Soloplatte und wurde bald darauf

durch einen Verkehrsunfall aus dem Leben gerissen. Auch bzgl. Video-Ästhetik und HipHop-Sound waren TLC immer auf der Höhe der Zeit. So imitierten sie auch sehr gekonnt den absoluten Star des Dance-Rap: Missy „Misdemeanor“ Elliott, Madonnas Pendant in der Rap-Szene.

Melissa Elliott begann mit dem Schreiben von Songs im Alter von zwölf Jahren, mit dem Ziel, es einmal ihren Idolen Chaka Khan, Prince, MC Lyte und Salt-N-Pepa gleichzutun. Mit ihrer ersten Gruppe Sista bekam sie sogar einen Plattenvertrag, aber die LP wurde ein Flop. Sie gab jedoch nicht auf und schaffte es, auf erfolgreichen Singles von Aaliyah, SWV und Gina Thompson mitzuwirken. 1996 konnte sie wieder einen Plattenvertrag an Land ziehen und produzierte gemeinsam mit ihrem alten Schulfreund Tim „Timbaland“ Mosley ihre erste Solo-LP „Supa Dupa Fly“. Die beiden stellten damit einen gekonnten Crossover aus New Jack-Tanzrhythmen und Gangster-Raps vor, der zu ihrem Markenzeichen werden sollte. Die LP kam bis auf Nummer 3 der Charts und erreichte bald Platin-Status. „Missy Misdemeanor Elliott rode into the rap mainstream by the usual route for female MCs (guesting on every track in sight) but proved to be so much more than a rapper: a prolific songwriter, a great R&B singer, director of her own videos and

Missy Elliot hat einen coolen Look für „gewichtige“ Frauen geprägt und somit vielen Teenager-Mädchen einen Anorexie-Schicksal erspart.

an astute businesswoman who wrangled an entire sub-label out of her initial Elektra Records deal.“¹ Die Lyrics der ersten Strophe des programmatischen Raps „I'm Talkin'“² machen klar: Mit Missy legt man sich besser nicht an. Und was das wichtigste ist: Sie verkörpert das absolut überzeugend. Missy Elliott hat außerdem innerhalb weniger Jahre eine neue Videoclip-Ästhetik geprägt, mit Timbaland einen neuen Dance Rap-Beat etabliert, einen coolen Look für „gewichtige“ Frauen geprägt und somit vielen Teenager-Mädchen eine Anorexie-Schicksal erspart. 1999 hat sie Erfolge mit ihrer LP



[1] Joan Morgan: Bad Girls im Hip Hop. In: Baldauf 1998, S. 156

[2] Posse: Freundschftsverband von HipHopern, manchmal Arbeitsgemeinschaft

[3] <http://allmusic.com/cg/amg.dll?p=amg&sql=Bfgez97rjkrat-C>

[1] <http://allmusic.com/cg/amg.dll?p=amg&sql=B3sd7gjwro6ja-C>

[2] Nigga what's up / You think you're rough / I'm high as a bitch / Dope as fuck / Sho' nuff / No diggity / I'll fight you / Like the fuckin' enemy / You would think there were fuckin' ten of me [...]



„da real world“ und als Produzentin u.a. von Whitney Houston und Aretha Franklin gefeiert. Ihre dritte LP „Miss E ... So Addictive“ wurde genreübergreifend als eine der besten Pop-Veröffentlichungen des Jahres 2001 gefeiert. Neben Madonna hat sie nur eine ernstzunehmende Konkurrentin im Popmusik-Geschäft: Lauryn Hill.

Als Lauryn Hill im Februar 1999 von elf (!) Nominierungen fünf Grammy-Awards erhielt, sah daneben selbst Madonna etwas blass aus.

„Call Lauryn Hill the Mother of Hip-Hop Invention: With her 1998 solo debut *The Miseducation of Lauryn Hill*, the Fugees' most vocal member not only established herself as creative force on her own, but also broke new ground by successfully integrating rap, soul, reggae and R&B into her own sound.“¹ Lauryn Hill ist in New Jersey mit der umfassenden Plattensammlung ihrer Eltern aufgewachsen. Sie hat früh zu singen begonnen und kleinere Rollen in Film und TV gespielt. Dreizehnjährig gründete sie mit ihrem Schulfreund Pras und dessen Cousin Wyclef Jean die Translator Crew, widmete sich der Musik zuerst jedoch erst in dritter Linie neben der Schule und der Schauspielerei. Nichtsdestotrotz hatte das Trio schnell eine Fangemeinde, und so wurde 1994 von der in (Re-)Fugees umbenannten Gruppe die erste LP „Blunted On Reality“ produziert. Sie hatte gute Momente (z.B. den Track „Boof Baf“), konnte jedoch insgesamt die hohen Erwartungen nicht erfüllen. Auch das von der Plattenfirma konzipierte Gangster Rap-Image passte nicht wirklich, und so stand die Gruppe schon kurz vor der Auflösung. 1996 jedoch meldeten sich die Fugees mit der unglaublich erfolgreichen LP „*The Score*“ zurück. Nicht zuletzt dank der überzeugenden Präsenz und Performance von Lauryn Hill, die deutlich an Einfluss gewonnen hatte und durch den Erfolg noch mehr gewann, erreichte „*The Score*“ mehrfachen Platin-Status. Kritiker merkten jedoch an, dass der Erfolg hauptsächlich auf der gekonnten Neu-Interpretation alter Hits beruhte und es mit den Songschreiber-Qualitäten der Fugees nicht weit

her sei. Umso größer war die Überraschung und Begeisterung, die Lauryn Hill mit ihrer Solo-LP „*The Miseducation of Lauryn Hill*“ (1998) erntete. Sie schrieb, arrangierte und produzierte fast alle Nummern der Platte selbst und ließ dabei ihrem Motown-Soul-Background die Zügel schießen. Vor allem auf der Hit-Single „Doo Wop (That Thing)“ schlägt sie virtuos eine Brücke zwischen Stevie Wonder-Soul der 1970er-Jahre und dem selbstbewussten Female-Rap einer Missy Elliott. Das Plattencover wiederum erinnert unwillkürlich, aber ohne eine plumpe Kopie zu sein, an „Burnin“ von Bob Marley, dessen Sohn Rohan der Vater ihrer beiden Kinder ist. Fast den gesamten Herbst und Winter 1998 war „*Miseducation*“ an der Spitze der Charts, und Lauryn Hill war am Cover fast aller großen Musik- und Lifestyle-Zeitschriften. Selbstredend führte sie ein Großteil der Kritiker ganz oben in den Best-Of-1998-Jahreslisten, und als sie im Februar 1999 von elf (!) Nominierungen fünf Grammy-Awards² erhielt, sah daneben selbst Madonna (die im selben Jahr eine der besten LPs ihrer Karriere vorgelegt hatte) etwas blass aus. Mit ihrer zweiten Solo-LP „*MTV Unplugged No. 2*“ fuhr sie einen radikalen Verweigerungskurs gegenüber den Erwartungen von Fans und Kritik aber vor allem gegenüber den Gesetzen des Popmusik-Business. Anstatt nach bewährtem HipHop-Soul-Rezept einen sicheren Bestseller vorzulegen, nahm sie ihre neuen Songs live auf, nur von ihrer akustischen Gitarre begleitet, und nutzte die Gelegenheit, um system- und kulturkritische Botschaften unters Volk zu bringen. Ihr nächster Schritt ist nicht vorherzusehen, aber das Projekt Fugees scheint gestorben zu sein.

Aktuell prägt die Szene im allgemeinen eine gewisse Verweigerungshaltung gegenüber stilistischen Festlegungen. Eine Grenzziehung zwischen den HipHop-Soul und dem, was heute R'n'B oder Nu Soul genannt wird, ist nicht immer einfach. Abgesehen von personellen Verflechtungen und Kooperationen machen auch die häufig anzutreffende Stilvielfalt und das Verschwimmen der Grenzen eine endgültige Zuordnung mancher Sängerinnen zu bestimmten Stilen schwierig: Ist „Got til it's gone“, Janet Jacksons Hit mit DJ Q-Tip, ein HipHop-Track? Kann man [die im Sommer 2001 tödlich verunglückte] Aalyah im weitesten Sinne zu HipHop zählen, oder nur manche Stücke, z.B. die von Timbaland oder Missy Elliott produ-

zierten? Ähnliche Probleme bekommt man bei der Zuordnung von Erykah Badu, Macy Gray, Jill Scott, Angie Stone. Sind solche Einteilungen noch notwendig und aussagekräftig?³

Wie dem auch sei, die jüngsten Entwicklungen geben Anlass zur Zuversicht, dass die Frauen in der Rap-Szene einer erfolgreichen Zukunft entgegen gehen, zumindest in den USA. Wie sieht das in Deutschland und Österreich aus, wo ja HipHop in den vergangenen Jahren zur bestimmenden Strömung der Jugendkultur geworden ist? In Österreich sieht es nicht gut aus: Bei den wenigen HipHop-Gruppen, die nachhaltig Aufmerksamkeit gewinnen konnten, ist von Frauen nicht viel zu sehen. Auf der LP „*Plastic People*“ der Wiener Gruppe Waxolutionists ist mit der grossartigen Fiva MC „lediglich“ eine Münchenerin vertreten. Im österreichischen HipHop-Underground versuchen sich De Kay, DJ Mephista, Mieke Medusa, Miss Verständnis, Pangea, Semmerl MC (und wahrscheinlich auch noch andere) durchzukämpfen, aber vom Überschwappen der positiven Stimmung, die in Deutschland erkennbar ist, kann keine Rede sein. Dort ist immerhin bereits eine CD-Compilation deutschsprachiger Rapperinnen erschienen, die neben der Veteranin Cora E. und Aufsteigerinnen der letzten Jahre wie Nina MC, Meli und Pyranja auch relativ unbekannte Rapperinnen, wie eben z.B. Semmerl MC aus Wien, präsentiert.¹

LITERATURHINWEISE:

Baldauf, Annette / Weingartner, Katharina (Hg.):

Lips Tits Hits Power? Popkultur und Feminismus. Wien & Bozen: Folio 1998.

Garr, Gillian G.: *Rebellinnen. Die Geschichte der Frauen in der Rockmusik.* Hamburg: Argument 1994.

Jamison, Laura: *Ladies First.* In: Alan Light (Ed.): *The VIBE History of Hip Hop.* London: Plexus 1999.

McDonnell, Evelyn / Powers, Ann (Ed.): *Rock She Wrote. Women Write About Rock, Pop, and Rap.* London: Plexus 1995.

Negus, Keith: *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry.* London u.a.: Arnold 1992.

Rose, Tricia: *Bad Sistas. Black Woman Rappers and Sexual Politics in Rap Music.* Chapter Five in: *Dieselbe: Black Noise. Rap Music and Black Culture in Contemporary America.* Hanover & London: Wesleyan University Press 1994, p. 146-182.

Shaw, William (Ed.): *A Bronx Tale. How two turntables and a microphone overturned pop culture. The oral history of the old-school grandmasters who invented hip-hop back in the day.* In: *Details. The Music Issue.* November 1998, pp.176-181, 194f.

Stegmüller, Claudia: *Hip Hop – She won't stop.* In: *Female Sequences* 4/2002, S. 8f.

Toop, David: *Rap Attack. African Jive bis Global HipHop.* St. Andrä-Wöders: Hannibal 1999 (1984).

VIBE (Ed.): *Hip Hop Divas.* New York: Three Rivers Press 2001.

(1) <http://allmusic.com/cg/amg.dll>

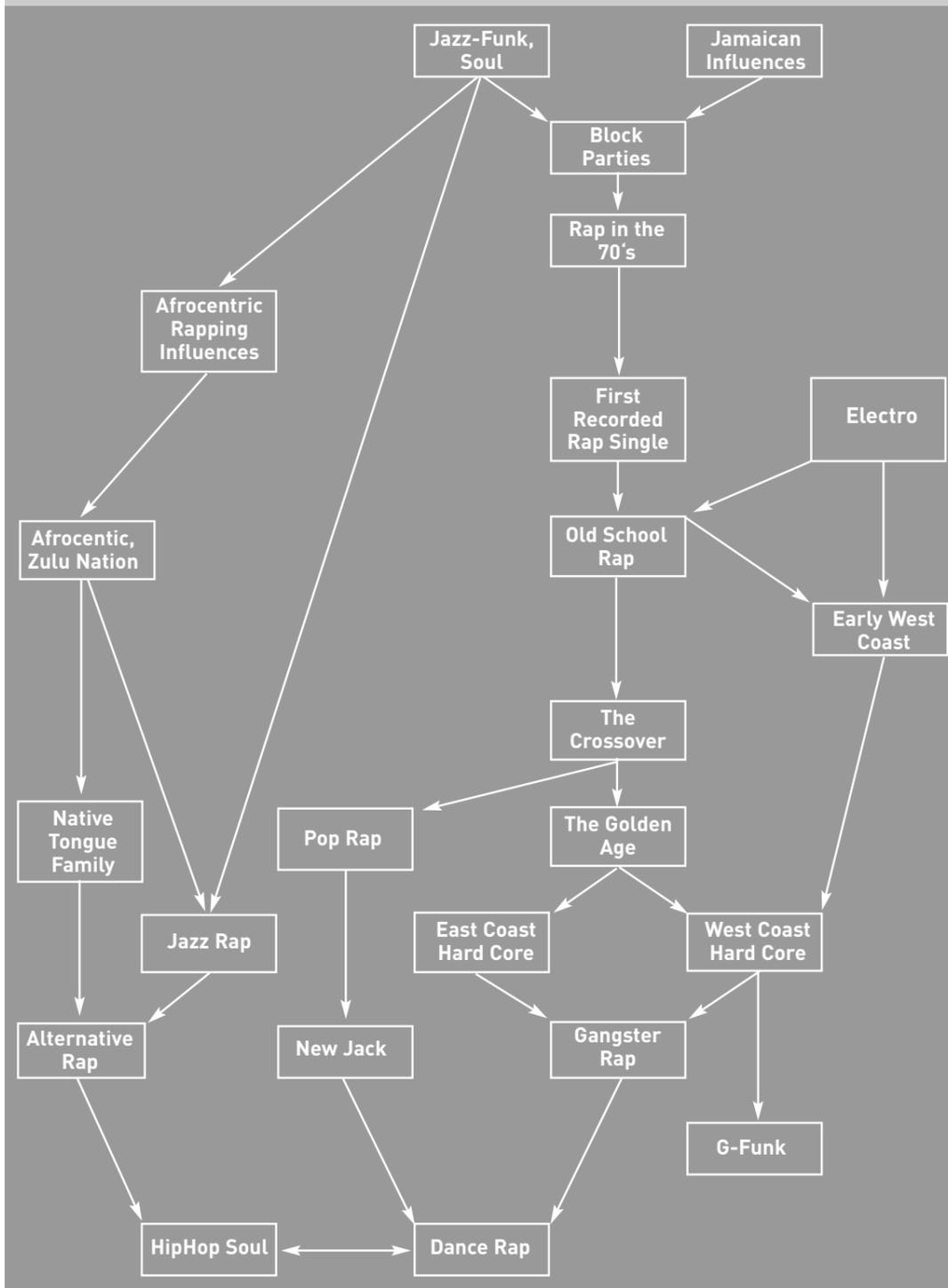
(2) Album of the Year, Best New Artist, Best Female R&B Vocal Performance, Best R&B Song, Best R&B Album



(1) Die CD-Abteilung eines großen Warenhauses in Wien hat überhaupt nur mehr eine gemeinsame Kategorie „Black Music“, wo deutscher HipHop genauso zu finden ist wie Reggae und Soul.
(2) Diverse Interpretinnen - Ladies First (Warner)

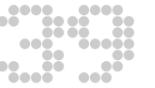


EVOLUTION OF HIPHOP MUSIC



mh2 & allmusic.com

☒ DIE JEWEILS WICHTIGSTEN VERTRETER/INNEN DER RAP/HIPHOP-STILE UND DIE JEWEILS WICHTIGSTEN FRAUEN(-GRUPPEN) DIESER STILE:



JAZZ-FUNK, SOUL:

James Brown, Jackson 5, Booker T. & The MGs

Laura Lee, Irma Thomas, Millie Jackson

**JAMAIKANISCHE EINFLÜSSE:
DJS, BLOCK PARTIES:**

Prince Buster, Duke Reid, Clement Dodd

Kool DJ Herc, Grandmaster Flash, Grand Wizard Theodore

The Mercedes Ladies

70ER-JAHRE RAP:

Grandmaster Flash, Afrika Bambaataa, Cold Crush Brothers

AFROZENTRISCHE EINFLÜSSE:

The Last Poets, Gil Scott-Heron, **Jayne Cortez**

ERSTER RAP AUF VINYL:

FatbackBand: „King Tim III“, Sugarhill Band: „Rapper’s Delight“, Funky Four feat. **Sha Rock:** „Rappin And Rockin In The House“;

Sylvia Robinson

ELECTRO:

Kraftwerk, Afrika Bambaataa, Herbie Hancock

ZULU NATION:

Afrika Bambaataa

OLD SCHOOL:

Kurtis Blow, Grandmaster Flash, Afrika Bambaataa

The Real Roxanne, Roxanne Shanté

EARLY WEST COAST:

World Class Wreckin’ Crew, L.A. Dream Team

CROSSOVER:

Run-D.M.C., Beastly Boys, L.L. Cool J

NATIVE TONGUE FAMILY:

A Tribe Called Quest, De La Soul, Jungle Brothers

Queen Latifah

POP-RAP:

MC Hammer, Vanilla Ice, Jazzy Jeff & The Fresh Prince

Wee Papa Girl Rappers, JJ Fad

GOLDEN AGE:

Eric B. & Rakim, Boogie Down Productions, Public Enemy

Salt-N-Pepa, MC Lyte, YoYo

JAZZ-RAP:

A Tribe Called Quest, Digable Planets, Gang Starr

EAST COAST HARD CORE:

Boogie Down Productions, Public Enemy, EPMD

WEST COAST HARD CORE:

Ice-T, N.W.A., Eminem

ALTERNATIVE RAP:

Stetasonic, PM Dawn, Arrested Development

NEW JACK:

Wrecks-N-Effect, Bobby Brown, En Vogue

GANGSTER RAP:

N.W.A., 2Pac, Notorious B.I.G.

Lil’ Kim, Foxy Brown, Princess Superstar

G-FUNK:

Dr. Dre, Snoop Dogg, Warren G

HIPHOP SOUL:

Lauryn Hill, Mary J. Blige, TLC

DANCE RAP:

Missy Elliott, Puff Daddy, Busta Rhymes

VON NIX KUMMT NIX

■ VON MARTIN KELNER

■ Was hat sich Neues ereignet/was gibt es zu berichten in den Feldern?

Unterricht & Universität:

- Matthias Simoner spielt mit eigener Band in der Wiener Stadthalle als Vorgruppe von Roxette
- Martin Kromar als Studiogitarrist von DJ Ötzi-Anton aus Tirol Nummer 1 in GB, Dänemark, Südafrika, etc. („Hey Baby“)
- Stefan Angerer mit Eigenkomposition und seiner Band The Sheperds in Endausscheidung samt TV-Auftritt bei der österreichischen Vorausscheidung zum Eurovisionssongcontest 2002 (und etlichen Folgeauftritten, z.B. beim Internat. Folkfestival Hallein 2002, Konzerte in Dubai im Oktober 2002, etc.)
- USA-Stipendium (Miami): Chris Molisch
- Portugal-Stipendium (Lissabon): Dana Kocikova
- Diplomarbeit mit zahlreichen Transkriptionen (Veröffentlichung geplant) von Roland Stonek zum Thema „Die Gitarre in der Musica Popular Brasileira“
- 1. Diplomprüfung Chris Molisch
- 2. Diplomprüfung Heiko Poss
- Klassenabend im Juni 2002

Persönliche künstlerische Tätigkeit

- CD-Produktionen mit Timna Brauer, Christine Jones, Andy Baum, Dennis Jale, Madrid de los Austrias.
- Konzerte in Frankreich, Deutschland, Schweiz, Liechtenstein, Slowakei, und Österreich als Solist sowie mit Tony Wegas, Gazpacho Andaluz, Compania Flamenca und Martin Kelner Trio
- Deutschlandtournee mit Timna Brauer (mit

palästinensischem und israelischen Chören), dabei diverse TV- und Radioaufnahmen (Hessischer Rundfunk, Bayrischer Rundfunk, ORF, etc.)

- Gast beim 5. Internationalen Flamencofestival Bratislava
- Dozent sowie Solist beim 3. Internationalen Gitarrenfestival in Hersbruck (Deutschland)
- Diverse TV-Auftritte (Treffpunkt Kultur, Heimat, fremde Heimat, etc)

Welche 3 Unterrichtswerke/Schulen für Dein Instrument erachtest du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. The Brazilian Guitar/Nelson Faria
2. Winfield Winners (Flatpick Guitar); diverse
3. Die Flamencogitarre/Gerhard Graf-Martinez

Welche 3 Improvisationskonzepte bzw. Improvisationswerke/Schulen für Dein Instrument bzw. allgemeiner Natur erachtest du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. The Jazz Guitar Solist/Ron Eschete
2. The Advancing Guitarist/Mick Goodrick
3. Die Harmonik des Jazz/Wolf Burbat

Dein Motto/Leitspruch als Lehrer/Pädagoge:

„Von nix kummt nix“

Dein Motto/Leitspruch als Künstler/Musiker:

„Keep a stiff upper lip!“

STUDIIEREN UND KON- ZERTIEREN

■ VON HERIBERT KOHLICH

■ Von jenseits des großen Teiches kehrte Mario Pecoraro aus einem 3-semestrigen Studienaufenthalt in Miami zurück.

Die meisten unserer Tasteninstrumentler Populärmusik giggen und komponieren regelmäßig, ich greife diesmal einige CD-Veröffentlichungen – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – heraus:

- Monika Dörfler brachte als Debüt ihres Quartetts „Poesis“ gleich eine Doppel-CD heraus: „Das aktuelle Projekt „Nebensonnen“ sind eigene Kompositions-Arrangements nach Schuberts Winterreise ... – die Verwirklichung eines Traums, die klassischen europäischen Wurzeln mit Jazz und improvisierter Musik zu verbinden.“
- Johannes Diem wirkt auf „At Your Service“ vom „Vienna Gospel Choir“ als Komponist, Arrangeur und Keyboarder mit: „Eine junge Generation begabter christlicher Musiker und Sänger will, größtenteils mit Eigenkompositionen, Menschen das Evangelium von Jesus Christus näherbringen.“
- Valentin Oman kann man gleich auf zwei neuen CDs hören: „Makin' The Way“ der „Favorhythm Gospel Singers“ (Musikalische Leitung, Keyboards, Chorarrangements) und „Rise“ von Martin Koprax (Sideman). Rekordverdächtig auch Valentins Pensum an Pop-Gigs: Manuel Ortega, Terra Jordan Band, Original Brothers, Pekolomania und Monti Beton (live im ORF).

An dieser Stelle möchte ich mich auch bei meinem „Edelsubstituten“ Martin Reiter, meinem Nachfolger bei „Together“, für das Einspringen in verschiedenen Bands bedanken. Er hat nach einem Studienjahr in Den Haag bereits IGP1 mit Auszeichnung abgeschlossen, ebenso Monika Dörfler, Johannes Diem hat IGP2 mit Auszeichnung abgeschlossen.

Der Höhepunkt des Sommersemesters 2002 mit meinen Studenten war der Vortragsabend „Sphere“, ein Tribute an den Jazzkomponisten Thelonious Monk, im Juni im Clara Schumann-Saal.

Von meinen eigenen Auftritten sind mir vor allem folgende in Erinnerung geblieben:

- Jazzfestival Mexikoplatz bei orkanartigen Stürmen mit meinem Trio (Martin Treml, b und Walther Grossrubatscher, dr)
- Jazzfest Wien mit meinem Trio und dem amerikanischen Trompeter Ed Polcer
- Jazzfestival Anif mit meinem Trio und Jim Galloway, ss
- Mein Geburtstagskonzert mit dem Trio und Ken Peplowski, cl
- Mein Comeback als Klassiker (Duokonzert mit der Cellistin Gudula Urban; Repertoire: Kodaly, Ravel, Debussy, Janacek, ...)



MIRA & LIZENZ. ZUM LÖTEN

■ VON ALBERT KREUZER

■ Am 15. Dezember 2001 fand im Pophaus zum ersten Mal ein Workshop „Elektronik für Musiker“ statt. Die Idee ergab sich durch zahlreiche Gespräche mit Studenten im Lauf der Jahre. Im theoretischen Teil wurden Grundlagen vermittelt:

Sicherheit

Was ist: ein Potentiometer, ein Widerstand, ein Kondensator etc.?

Vermeidung von Brummschleifen

Funktionsweise von Tonabnehmern

Die Klangregelung von E-Gitarren und Bässen

Nach dem Mittagessen (chinesisch) gingen wir ans Werk:

Zuerst wurden alle kaputten Kabel gelötet, die die Universität dankenswerterweise zur Verfügung gestellt hatte. Dann, als Höhepunkt der Veranstaltung, wurde der schwarze G&L-Viersaiter mit einem Klangregler ausgestattet.

Aufgrund der starken Nachfrage ist eine Wiederholung im Dezember 2002 ist geplant. Außerdem wurde auf der Homepage des Instituts für Populärmusik ein Forum mit dem Titel „Bastel-ecke“ eingerichtet.

Info: www.ipop.at & www.albertkreuzer.com

Neue CD: Albert Kreuzer/MIRA (Pepperland PEP 02024)

Im Vertrieb bei Extraplatte und direkt unter

www.albertkreuzer.com

Zum Gedenken an Mira behn (1892-1982)

Mitwirkende:

Betty S., Sumitra Nanjundan - vocals

Patricia Breiteck - rap

Sibylle Norden - voice

Richard Filz - drums

Helmut Strobl - baritone sax, bass clarinet, flute

Andreas Schreiber - violin

Michael Hofreiter - percussion

Albert Kreuzer - bass, theremin, electronics

Kinderchor der Musikhauptschule Tulln

Texte von Mira behn, Kompositionen von Albert Kreuzer, Betty S., Sumitra Nanjundan und Ludwig van Beethoven.

Die CD wurde am 21. September 2002 im Kulturpavillon Sieghartskirchen in Anwesenheit des indischen Botschafters, zahlreicher österreichischer und indischer Gäste und ehemaliger Freunde von Mira behn präsentiert.

Wer war Mira behn?

Madeleine Slade, geboren als Tochter eines englischen Admirals - eine starke Frau, die sich über die Konventionen ihrer Zeit hinwegsetzt und sehr konsequent ihren Weg geht. Mit unbeirrbarem Instinkt beschließt sie, sich einer der herausragendsten Persönlichkeiten des vergangenen Jahrhunderts anzuschließen: Mahatma Gandhi. „Du wirst meine Tochter sein“ - von nun an bekannt und berühmt unter dem Namen Mira behn. Ein Leben im Rampenlicht - Treffen mit Präsident Roosevelt, Lord Halifax, Lord Mountbatten, Prinz of Wales, Indira Gandhi, etc. sowie die Arbeit im Dienste des Friedens und der Freiheit - stehen im krassen Gegensatz zu dem einfachen, schwierigen Leben im Ashram von Gandhi. Gigantische Anstrengungen, das Fehlen jeglicher privater Sphäre und zahlreiche Gefängnisaufenthalte prägen ihr Leben. Sie beschreibt diesen Abschnitt ihres Lebens in dem Buch „The Spirit's Pilgrimage“. Nach Gandhis Tod stößt sie wieder auf das Buch, das sie eigentlich zu Gandhi geführt hat: „Beethoven“ von Romain Rolland. Sie beschließt, nach Österreich zu übersiedeln und begibt sich auf die Spuren Beethovens. Zahlreiche Manuskripte und Bücher entstehen. Sie befaßt sich mit umfangreicher Literatur über Beethoven, hört allabendlich Aufnahmen seiner Musik und erforscht das Geheimnis seines kreativen Geistes und seiner spirituellen Neigungen. Sie glaubt, in ihm eine mystische Neigung entdeckt zu haben, die bei seiner Suche nach Wahrheit sowohl in östlichem Gedankengut als auch in der Philosophie zum Ausdruck kommt. Sie pflegt intensive Briefwechsel mit den verschiedensten Persönlichkeiten, unter anderem wird sie von Lord Richard Attenborough (der Regisseur des Gandhi Films) besucht - er möchte mehr über ihr Leben beim Mahatma wissen. Kurz vor ihrem Tod wird Mira behn mit dem zweithöchsten Orden Indiens ausgezeichnet. Ihre Asche wird auf Beethovens Lieblingswegen und in Indien ausgestreut. Ihre umfangreichen Manuskripte werden nie veröffentlicht.

Das geistige Trachten, die Liebe zur Schöpfung, Inspiration, die vom Schöpfer selbst kommt und die Notwendigkeit von Harmonie zwischen Menschheit, den kosmischen Gesetzen und der Natur, deren Beachtung grundlegend wichtig ist für die Rettung der Menschheit und der Erde, sind nach der Ansicht von Mira behn die grundlegenden Wahrheiten, die sowohl Gandhi, den religiösen Politiker, als auch Beethoven, den Musiker, inspirierten.



PFLICHT UND KÜR

■ FÜR BASSISTEN UND ANDERE ...

■ VON WILLI LANGER

■ Ein kleiner Gedanke

Beschäftigen wir uns mit einer Baß-Stimme, so wird es unser Ziel sein, die richtigen Töne zur richtigen Zeit zu spielen. Haben wir dies erreicht, was manchmal ohnedies schwierig genug ist, so ist das die Erfüllung der PFLICHT. Leider hört an diesem Punkt die Auseinandersetzung mit dem betreffenden Material nur allzu oft auch schon wieder auf. Doch genau jetzt beginnt die KÜR, die uns Raum gibt, dieses Notenmaterial auf ganz individuelle Weise zum Leben zu erwecken. Nun brauchen wir eine gute Vorstellung davon, wie wir dieses Stück klingen lassen wollen, sowie die nötige Selbstkontrolle, um dies auch beurteilen zu können. Sound, Phrasierung, Tonlängen, Dead Notes, Tongestaltung, Slides, Dynamik, ... damit drücken wir uns aus, und jeder sollte seinen Sinn dafür auf eigene Weise entwickeln.

Dieser Gedanke ist als Ermunterung zu sehen, sich nicht mit der Pflicht zufrieden zu geben, sondern die Freude an der Kür zu finden.

Die PFLICHT bedeutet das Spielen von NOTEN.
Die KÜR bedeutet das Spielen von MUSIK.

■ Aktuelles 2002:

- Soeben waren wir mit COUNTBASIC für 2 Wochen auf Tour.
- Mit GLORIA GAYNOR hatte ich heuer einige sehr nette, große Festival-Gigs (Spanien, Dänemark, Schweiz).
- Interessant war die Live-Präsentation des neuen DZIHAN&KAMIEN Albums „Gran Reserva“ (Couch Rec./Soul Seduction) im Porgy & Bess/Wien, wo ich von 20 Leuten auf der Bühne der einzige Österreicher war.
- Das erste Halbjahr über spielte ich noch HAIR im Raimundtheater.
- Den Sommer über war ich beim Stockerau-Festival mit dem Musical „TIME OUT“ (mit Marianne Mendt und Alfons Haider) beschäftigt.
- Regelmäßig spiele ich Gigs mit der Band SOUL WHAT? mit dem Frontman Hubert Tubbs (ehemaliger Lead-Sänger von TOWER OF POWER).
- Und zwischendurch habe ich alle möglichen Gigs und Studiojobs wie immer.
- Aktuelles Album: Willi Langer „THE COURSE OF LIFE“ (Label: Jive Music)

Die Kür bedeutet das Spielen von Musik.)

DER INTEGRALE GITARRIST

■ GESPRÄCHE MIT ARNOLDO MORENO

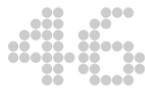
■ DIALOGPARTNER: LEO WITOSZYNSKYJ

■ Schon früh hatte Antonio Lauro, der Doyen der Gitarre in Venezuela, das außerordentliche Talent Arnoldos erkannt und ihm zu einem Studium in Österreich, „der Wiege der Musik“, geraten. Ausdrücklich empfahl er dem damals erst Sechzehnjährigen, bei Leo Witoszynskyj an der Musikhochschule in Graz zu studieren. Denn mit der Musik seiner Heimat und ihrer benachbarten Kulturen schon bestens vertraut, würde er mit einer klassischen Ausbildung bessere Chancen auf eine professionelle Musikerlaufbahn vorfinden. Lauros Rat, nach Graz zu gehen, sollte sich für Arnoldo als Glücksfall erweisen, da sich ihm dort schon bald ein vielfältiger musikalischer Aufgabenbereich eröffnete. Ganz besonders kam seiner Begabung und seinen Interessen die Möglichkeit entgegen, mit hervorragenden Jazzmusikern zusammen zu arbeiten.

Moreno: Als ich nach Europa kam, war mir vieles neu und manches zunächst sogar unverständlich. Inzwischen habe ich in Österreich Wurzeln geschlagen und fühle mich hier zu Hause. Aber noch immer verstehe ich nicht, nach welchen Kriterien U-Musik und E-Musik voneinander unterschieden werden. Zur Zeit Mozarts gab es diese Trennung noch nicht - Volksmusik fand Eingang in die Kunstmusik und Kunstlieder wurden volkstümlich.

Witoszynskyj: Du hast schon recht mit diesem Einwand. Besonders die Jazzmusiker können sich mit dieser Regelung, die ihre Auswirkung vor allem bei der Tantiemenberechnung hat, nicht anfreunden. Universelle Musiker unterscheiden ja ohnehin nur zwischen guter und schlechter Musik. Sie sind es auch, die grenzüberschreitend wirken. Sogar der für so ernst geltende Brahms hat Walzer, die berühmten „Liebeslieder“, komponiert. Und hat er nicht unter die Partitur des noch berühmteren Walzers „An der schönen blauen Donau“ von Johann Strauß in rührender Bescheidenheit die Worte gesetzt: „Leider nicht von mir“? Hat uns nicht ein Friedrich Gulda, der diese künstlich errichteten Grenzen niemals anerkennen wollte und sein Leben lang gegen sie zu Felde zog, mit seinem letzten - einem für sein Publikum beklemmenden - Konzert im Großen Saal des Wiener Musikvereins im November 1999 einen Ausweg aus diesem Dilemma weisen wollen? Es mag zugegebenermaßen schwer sein, Qualität zu definieren. Doch sollte heute wenigstens der Standpunkt für überwunden gelten, klassische Musik wäre gute Musik und Populärmusik wäre schlechte Musik.

Ich würde es nicht erwähnen, wenn ich nicht diese Auffassung erst neulich aus dem Munde eines Universitätsprofessors gehört hätte. Ich habe daraufhin entgegnet, dass es zweifellos auf dem Gebiet der Populärmusik auch schlechte Musik gäbe, lei-



der sogar viel zu viel. Den Qualitätsverlust verursacht aber in erster Linie eine rein gewinnorientierte Einstellung zur Kunst, ihre Kommerzialisierung, die nur den Markt und das Verhalten der Konsumenten im Auge hat, auf die Quote schießt und Qualität als solche vielleicht zulässt, aber nicht fordert. Eine Korrektur dieser Entwicklung sei notwendig. Dies könne erfolgen, indem die Qualität der Populärmusik verbessert wird. Lanner und Strauß haben gezeigt, dass es möglich ist. Und haben uns nicht ein Jahrhundert später die Beatles oder Piazzolla bewiesen, dass Populärmusik Qualität haben kann? Vielleicht ist es sogar zutreffender, darauf hinzuweisen, dass qualitätsvolle U-Musik populär geworden ist.

Früher waren es kunstverständige Mäzene, die aus Liebe, ja Leidenschaft zur Kunst Opfer erbrachten und Künstlern halfen. Im 20. Jahrhundert hatten Politiker erkannt, wie sie mit Hilfe der Kunst und der Medien die Bevölkerung beeinflussen können. Hitler und Stalin zwangen geradezu die Kunst, sich nach dem Geschmack der Massen zu richten. Weder der Markt noch die Politik können demnach als Garanten der Qualität der Kunst angesehen werden. Hier liegt die große Verantwortung vor allem bei den Künstlern selbst, den Schulen, an denen Kunst gelehrt wird, und an jenen Menschen, die Kunst vermitteln - Veranstalter und Medien. Aber auch der Konsument kann und soll durch sein Verhalten Einfluss nehmen. Darum wäre es gerade in Österreich, einem Land, in dem die Kunst wie kaum in einem anderen eine Identität stiftende Rolle spielt, von allergrößter Bedeutung, Musik- und Kunsterziehung als Teil der Allgemeinbildung zu verstehen. Friedrich Korcak, vormals Rektor der Kunstuniversität Graz, hat diese Aufgabe als eine Gratwanderung zwischen zwei Erfordernissen dargestellt: dem Tradieren eines Kulturerbes der Menschheit und dem Eingehen auf jene aktuellen Entwicklungen, die der Jugend wichtig erscheinen.

Moreno: Ich bin in einem Land aufgewachsen, in dem Musik ein Teil der Alltagskultur ist. Die Volksmusik Venezuelas schöpft aus mehreren Quellen: dem indianischen Erbe, den Einflüssen aus Europa - besonders aus Spanien - und den afrikanischen Traditionen. In manchen Teilen des Landes hat eine so starke Vermischung und gegenseitige Durchdringung dieser drei Kulturen stattgefunden, dass im Verlauf von einem halben Jahrtausend

etwas gänzlich Neues entstanden ist. Das Cuatro, eine kleine viersaitige Gitarre, und die Harfe sind zusammen mit den Maracas und anderen Perkussionsinstrumenten unverwechselbare Teile einer Musizierkunst geworden, deren rhythmische Vielfalt und technische Virtuosität auch für europäische Ohren beeindruckend sind. Dazu kommt, dass die Erfindungsgabe einfacher Menschen die Musik, aber auch die Sprache, mit einer unglaublichen Fülle von Liedern bereichert hat. Diese Volksmusikanten haben ihr Wissen und Können nicht in Schulen, sondern durch aurales Tradieren von einer Generation zur anderen erworben. Häufig können sie gar nicht Noten lesen und sind doch erstklassige Musiker, die intuitiv mit ihren wachen Sinnen komplizierte Rhythmen erfassen und die passenden Harmonien zur Melodie finden. Sie haben ein angeborenes Ausdrucksbedürfnis und eine natürliche Bewegungsfreude, beim Singen und Spielen auf den Instrumenten machen sie vitale Musik, die auf ihre Zuhörer ansteckend wirkt.

Als ich nach Österreich kam, lernte ich auch einen anderen Zugang zur Musik kennen. Zunächst hatte ich Schwierigkeiten, die kognitive Seite der Musikerziehung für mich zu nutzen. Dabei hat mir dann die Einsicht geholfen, dass ich bei meinem Studium der deutschen Sprache ohne Grammatik und Orthographie an Grenzen stoße.

Einmal spielte ich dir einen Walzer von Lauro vor. In dem darauffolgenden Gespräch stellte sich heraus, dass du und ich diese Musik mit ganz unterschiedlichen Hörerfahrungen spielen. In meinen Ohren klingt eben diese impulsive Art mit, wie die Volksmusikanten ihre Instrumente spielen, während dir jene Durchsichtigkeit und Eleganz, mit der hierzulande Chopin oder Strauß gespielt werden, wichtig sind. Vermutlich hatte Lauro dasselbe im Sinn wie Bartók, auf den du mich damals hingewiesen hast, nämlich ein Volkslied so zu bearbeiten, wie man einen Edelstein mit einer geschmackvollen Fassung versieht, die ihn trägt und dabei seiner Schönheit zusätzlichen Glanz verleiht. Dieses Argument mit der Goldschmiedekunst hat mich letztlich davon überzeugt, dass ich auch die andere Seite kennen lernen muss.

Witoszynskyj: Wenn man beim Erlernen der Metasprache Musik die Erfahrungen einfließen lässt, die man mit anderen Sprachen gemacht hat, findet man zweifellos leichter einen Weg, Theorie

und Praxis nicht als Gegensätze, sondern als einander stets befruchtende Gegenpole der Vermittlung von Wissen und Können zu verstehen. Kinder lernen doch auch eine Sprache zunächst durch Hören und Imitieren. Den Vögeln scheint ihr Gesang schon angeboren zu sein, seine Schönheit und die Farbenpracht ihres Federnkleides sind wahre Wunder der Natur, die seit jeher Bewunderung und Staunen der Menschen ausgelöst und sie zum Nachmachen angeregt haben: Kuckuck, Nachtigall, Lerche, Wachtel u.a. haben Daquin, Beethoven, Saint-Saens, Respighi bis Messiaen zu unsterblichen Meisterwerken angeregt. In einer urbanen Gesellschaft haben wir leider viel zu selten Gelegenheit, dem Gesang der Vögel zu lauschen. Umso tiefer habe ich es damals erlebt, als ich in Malaysia zum ersten Mal den klagenden Ruf der Mourning Myra vernahm. Auf den dreimaligen Seufzer im Halbtonschritt folgt eine chromatische Skala über eine Oktave.

Mit dem Singen werden Sprache und Musik ganzheitlich tradiert. Leider ist in den hochindustrialisierten Ländern eine Entwicklung zu beobachten, die den Menschen immer seltener Gelegenheit bietet, sich als schöpferischer, musizierender Mensch zu erleben. Karaokestudios, CDs minus one oder Keyboards mit eingespeicherten Harmonien und Rhythmen versuchen, in meist aufgeblähter Dynamik auf dieses menschliche Grundbedürfnis einzugehen.

Werden hier nicht bloß Illusionen erzeugt? Wartet hier nicht eine immer wichtiger werdende Aufgabe auf die Musikpädagogik, nämlich den Menschen zu helfen, sich im aktiven Musizieren selbst zu erfahren?

Moreno: In meiner pädagogischen Arbeit an Musikschulen in Venezuela und Österreich, am Bundesoberstufenrealgymnasium in Kindberg und am Institut für Musikpädagogik der Kunstuniversität Wien habe ich viel Einblick in die musikalischen Bedürfnisse Jugendlicher bekommen und versuche, auf ihre Interessen einzugehen und der Entwicklung ihrer Talente Richtung zu geben. Kinder sind von ihrem Wesen her sehr offen, aber auch sehr kritisch, für gute Musik durchaus ansprechbar und letztlich dankbar. Wenn es einem gelingt, ihre Begeisterung zu wecken, dann ist diese eine Quelle der Energie, die ihr Leben sehr positiv beeinflussen kann. Das wirkt sich letztendlich sogar

auf die Lernerfolge in der Schule nachweislich günstig aus. Keineswegs sollte dieser Kraftstrom dann in flachen Vergnügungen versanden. Die aktive Auseinandersetzung mit Musik ist eben schon für sich wertschöpfend, die Musik allein erzieht den Musiker gleich welchen Alters zu Freiheit und Ordnung zugleich. Man könnte diese Methode Erziehung durch Selbsterziehung nennen. Bei meiner Tochter Patricia, die ein großes musikalisches Talent hat und schon sehr ernsthaft ihr Violinstudium betreibt, kann ich es am intensivsten erleben, wie sich eine Knospe langsam öffnet und zur Blüte heranreift. Als Vater bemühe ich mich, ihr die nötige Wärme, Liebe und Vertrauen zu schenken, Geduld und Zeit zum Gespräch. Wir tauschen Erfahrungen aus und lernen voneinander. Patricia spielt auch sehr gut Klavier, improvisiert und spielt eine Samba ebenso gern und authentisch wie einen Klassiker. Eva, die wesentlich jünger ist, braucht noch etwas Zeit. Sie hat aber jetzt schon erkennbar viel Talent, und ich hoffe, dass sie sich von ihrer Schwester mit ihrer Begeisterung anstecken lässt.

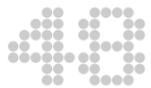
Ich bin in einem Land aufgewachsen, in dem Musik ein Teil der Alltagskultur ist.

Witoszynskyj: Da bin ich zuversichtlich! Die Liebe zur Musik verdanken ja die beiden Mädchen vor allem ihren Eltern. Patricia scheint sogar schon früh auf dem Weg zur integralen Musikerin zu sein. Da wäre es doch interessant zu erfahren, wie du dich auf diesem Weg vom Erkennen zum Handeln entwickelt hast und ein integraler Gitarrist geworden bist.

Moreno: Ein für mich ganz wichtiges Erlebnis war die Aufführung der "Picnic Suite" von Claude Bolling bei den Internationalen Kulturtagen 1984 in Neuberg an der Mürz. Zwei "Klassiker" - der Flötist Gottfried Hechtel und du - spielten mit drei "Jazzlern" - Hans Zinkl, piano, Wayne Darling, bass, und Michael Gottwald, drums. Das war wie das Pfingstwunder, als alle in verschiedenen Sprachen redeten und einander doch verstanden. Se puede - es geht!

Das ist mein Weg, ihn werde ich gehen soweit ich kann, habe ich mir damals vorgenommen. Der





Jazzpianist Harry Neuwirth hat mir dabei sehr geholfen. Als Theatermusiker habe ich mir mein Studium finanzieren müssen und dabei mit so hervorragenden Musikern wie ihm zusammen arbeiten können. Er hat mein Fingerstyle-Spiel ohne weiteres akzeptiert. Das ist keineswegs eine Selbstverständlichkeit, denn auch unter Jazzmusikern gibt es Fundamentalisten, ähnlich wie in der Klassik, die Entgrenzungen fürchten.

Es war sicher auch eine glückliche Fügung des Schicksals, dass zur gleichen Zeit Wolfgang Muthspiel bei dir und dem Jazzgitarristen Harry Pepl studierte. Mit seinem Bach-Spiel hat er damals nicht weniger Furore gemacht als mit seiner E-Gitarre und setzt auch heute diese beiden Spieltechniken, Fingerstyle und Plektrum, je nach musikalischen Erfordernissen, sehr bewusst ein. In diesem künstlerischen Klima in Graz konnte ich meinen Neigungen folgen und an meinen Talenten arbeiten. Es gibt doch kaum ein universelleres Instrument als die Gitarre, die in der Volksmusik, in Jazz, Blues, Rock, Funk, Rap, Tango, Samba, Bossa Nova, Salsa, Ron, Reggae - Populärmusik im weitesten Sinne - und in der Klassik gleichermaßen beheimatet ist.

Es gibt doch kaum ein universelleres Instrument als die Gitarre ...

Witoszynskyj: Diese Chance sollte auch von der Musikpädagogik genutzt werden. Es kann doch nicht ihre Aufgabe sein, die schon bestehende, unüberbrückbar scheinende Kluft zwischen E- und U-Musik, der Klassik und dem Pop, noch zu vertiefen. Das scheinen jetzt auch mehr und mehr die Komponisten zu erkennen. Innovationsdruck und fehlendes handwerkliches Können sind keine guten Voraussetzungen, unter denen sich ein Talent entfalten könnte. Wenn die Kreativität sich dann in Materialverliebtheit und intellektuellen Spielereien erschöpft und die Versuchung zu groß wird, den schier unendlich scheinenden Kombinationsreichtum des Computers als nie versiegende Quelle neuer Einfälle an die Stelle von Inspiration und persönlicher musikalischer Sprache zu setzen, dann wird diese Musik wohl

das gleiche Schicksal wie die künstlichen Sprachen Volapük oder Esperanto erleiden: was gut gemeint ist, muss noch lange nicht gut sein. Das Sampeln europäischer Sprachen hat diese ebenso wenig ersetzen können, wie das Sampeln musikalischer Meisterwerke neue schafft. Es sind lediglich künstliche Sprachen ohne Herz und Seele, Machwerke eben. Die Euphorie, eine Weltsprache gefunden zu haben, die alle beherrschen, scheint verflogen zu sein. Der zentrifugalen Kraft eines schwärmerischen, unkritischen Internationalismus wirkt eine nicht minder starke zentripetale Kraft des Bodenständigen entgegen, die das Gesichtsfeld einengt. Die Menschen wollen aber offensichtlich nicht nur ihre eigene Identität durch die Musik erleben, sie suchen auch das Abenteuer neuer, fremder Kulturen. Ist dies nicht ein überaus positives Zeichen?

Moreno: Aus der Begegnung unterschiedlicher Kulturen sind stets neue erwachsen, weil sie einander befruchten. So ist es in Venezuela geschehen und gerade Österreich ist ein besonders anschauliches Beispiel dafür, wie sehr hier die Kulturen der Nachbarvölker schöpferische Prozesse ausgelöst haben. Mozart ist eine beglückende Synthese von Italianità und deutschem Tiefsinn gelungen. Warum sollten nicht Blues und Wienerlied zu etwas Neuem zusammenfinden? Dieses Anliegen Roland Neuwirths entspringt einem künstlerischen Wollen und nicht dem Kalkül eines marktorientierten Fusionfreaks. Auch das Publikum scheint ihm recht zu geben. Fusion oder Crossover sollten nicht verordnet werden, sondern aus der liebevollen und von gegenseitiger Achtung voreinander getragenen Begegnung einfach passieren. Sensible Menschen registrieren sehr wohl unterschiedliche Absichten. Sie reagieren dann mit höflichem Interesse, ja echter Neugier oder auf folgende Art - von Goethe in seinem Torquato Tasso so treffend in Worte gefasst: "So fühlt man Absicht, und man ist verstimmt". Ein unsensibles Publikum allerdings ist nur allzu leicht manipulierbar.

Witoszynskyj: Arnoldo, auf dich warten in der nächsten Zeit überaus interessante künstlerische Aufgaben. Aber auch mit deinen pädagogischen Erfolgen und Zielsetzungen kannst du von Wien aus in Venezuela, Barcelona und London wichtige Impulse geben. Was wird von dir erwartet?

Moreno: Wie du schon von Timothy Walker, der meinen Auftritt in der Simon Bolívar Hall in London sensationell genannt hat, gehört hast, soll ich mit meiner Masterclass an der Royal Academy of Music dem klassischen Gitarrestudium neue Perspektiven eröffnen. Dabei denke ich an einen Ausspruch Goethes, wonach die Universitäten sowohl Tiefe als auch Breite haben sollen, wollen sie der Gefahr entgehen, zu elfenbeinernen Türmen zu erstarren. Für die Tiefe bürgt die Klassik, für die Breite die Populärmusik. In einem anderen Bild lassen sich die zwei zeitlichen Dimensionen des Musiklebens in einem Koordinatensystem darstellen. In der Horizontalen liegen demnach in einem Neben- oder auch Miteinander die verschiedenen Musikrichtungen und -stile unserer Zeit. Die Vertikale symbolisiert die Entwicklung der Musik in ihrem historischen Ablauf. Diese zeitliche Dimension wird nach dem heutigen Stand des Wissens der Musikethnologie nicht immer richtig wiedergegeben. Erst dieser Tage ist im Wochenmagazin "profil" ein Beitrag unter dem Titel "Im Anfang war Schwarzafrika" erschienen. Sein Tenor lautet: Schwarzafrika hat via Amerika die Musik der Welt revolutioniert. Die wissenschaftliche Redlichkeit erfordert es ebenso wie der künstlerische Gestaltungswille, dass dieser musikalische Schatz auch in Europa gehoben wird *).

Meine Aufgabe in Venezuela ist gänzlich anders gelagert. Sie wird zunächst darin bestehen, am Aufbau eines elementaren Musikerziehungssystems mitzuwirken. Hier soll die Musik- und Bewegungserziehung, wie sie in Wien gelehrt wird, eine wichtige Rolle spielen. Gleichzeitig werde ich aber auch als Berater bei der Einrichtung eines universitären Lehrganges für Musikpädagogik tätig werden.

Witoszynskyj: Du hast noch nicht deine Einladung an die Musikakademie in L'viv, dem früheren Lemberg, erwähnt. Während weltweit die Gitarre den Abteilungen für Saiteninstrumente zugeordnet wurde, gehört sie in den Ländern der früheren Sowjetunion zur Abteilung für Volksinstrumente. Ich habe in L'viv angeregt, die Gitarre zu den Saiteninstrumenten zu transferieren, und der Akademische Senat hat auch schon einen einschlägigen Beschluss gefasst. Läuft das nicht deinen Absichten geradezu zuwider?

Moreno: Nein, überhaupt nicht. Nur wenn man meine Absichten missverstehen will, kann man zu

einem solchen Schluss gelangen. Die Zuordnung zu den Volksinstrumenten wird nicht jener Dimension der Tiefe gerecht, welche die sechssaitige Spanische Gitarre im Verlauf von Jahrhunderten erworben hat. Man hat nur unzulässigerweise die Spanische mit der siebensaitigen Russischen Gitarre, einem echten Volksinstrument, gleichgestellt. In Venezuela läuft übrigens zur Zeit eine Debatte über den Status des Cuatro. Zu Beginn waren doch fast alle Musikinstrumente einfache Volksinstrumente, aber es fiel niemandem ein, sie deswegen auf diesem Status zu belassen. Waren nicht auch unsere Urahnen Jäger und Sammler? Hier wäre jedoch schon die Frage zu stellen, ob sich unsere urbane Gesellschaft nicht vielleicht allzu sehr ihren Wurzeln entfremdet hat und daher an Zivilisationskrankheiten leidet. Dies ist leider nur allzu evident. Die Kunst reagiert wie ein Seismograph auf solche Entwicklungen und lässt die Menschen wie in einen Spiegel schauen. Sie stellt aber nicht nur die Diagnose, die Kunst kann auch zum Heilungsprozess beitragen. Jean Jacques Rousseau hat es mit dem Rat versucht "Zurück zur Natur". Auch ich will mit meiner künstlerischen und pädagogischen Arbeit beitragen, dass Musikstudierende, unter denen nicht wenige an einer Entfremdung von den Wurzeln laborieren, diese überwinden können, und will Brücken zwischen den verschiedenen Stilen und Kulturen bauen. Meine Beziehung zur Popmusik ist eine sehr vitale, ich will sie veredeln, keinesfalls trivialisieren. Ich verstehe mich als ein Gärtner, der einem Wildling ein Edelreis aufpfropft. Auch hierin war mir Antonio Lauro ein Vorbild.

*) Christof Spörk, Im Anfang war Afrika, profil 18 (Wien 2001) 164 ff.

Vorabdruck mit freundlicher Genehmigung des Verlages
Copyright by Ludwig Doblinger (Bernhard Herzmansky) KG,
Wien - München

Das Buch von Leo Witoszynskyj „Über die Kunst des Gitarrespiels“
ist voraussichtlich im Frühjahr 2003 im Handel erhältlich.
(Bestell-Nr. 09 692)



„SCHÖN IST DIE WELT...“

■ VON WOLFGANG PEIDELSTEIN

☛ Vorhang auf: Die Jukebox gibt die Ouvertüre zum „Weissen Rössl am Wolfgangsee“, während vom Kronleuchter am Bühnenhimmel die ausgestopften Tauben auf den heimatlichen Boden des Salzkammergutes scheißen. In den Vitrinen und an den Wänden der Wirtsstube befindet sich ein Sortiment an Mannerschnitten, Mozartkugeln, Käsekrainern (mal ganz ehrlich: worauf haben sie nach einem 3-wöchigen Auslandsaufenthalt eigentlich Lust bei ihrer Rückkehr nach Österreich?), ein paar Kuckucksuhren, ein Bild vom Kaiser (Klestil auf der Rückseite, später ersichtlich).

Auftreten der Oberkellner *Leopold*, sein *Piccolo*, *Josefa Vogelhuber*, die *Rösslwirtin*. „*Es muss was Wunderbares sein von dir geliebt zu werden...*“. Leopold schreit sich seine Sehnsucht aus der Brust und reisst sich schliesslich die Kleidung von derselben. Ein wahnwitzig grosses Tattoo wird sichtbar: Pepi!

Doch das Subjekt seiner Begierde hat nur Augen für den Stammgast *Dr. Siedler*, der wenig später auf einem Steckenpferd anreitet („*tritt ein und vergiss deine Sorgen...*“) seinerseits aber total auf *Ottilie* abfährt („*die ganze Welt ist himmelblau...*“), welche wiederum ihrerseits im Laufe der Inszenierung etwa zehn Kleidergrößen zunimmt (ob der Entleerung der Vitrinen, s.o.).

Josefa bemerkt den versuchten Fremdgang und versucht, den Geliebten durch Zurufen von Kaiserschmarrenrezepten auf sich aufmerksam zu machen, während sie sich Tonnen von Staubzucker in den Ausschnitt pudert. Hilft nichts. Sie besäuft sich und über- und ergibt sich in Anwesenheit *Poldis* („*zuaschaun kaunn I net...*“) ihrer Unglückseligkeit. Schliesslich läutet das Eintreffen des Kaisers das Ende dieser Begebenheiten zum ver-

meintlichen Happy-End ein, bei dem sich alle Paare, also *Josefa & Leopold*, *Otti & Dr. Siedler* sowie *Klärchen & Sigismund* („*was kann denn der dafür, dass er so schön ist?...*“) zur Verehelichung einfinden.

Der alte Herr (und mit ihm der Radetzkmarsch) kommt, knallt die Taube vom Luster, ballert wie wild ins Publikum und vergeht sich noch an der Wirtin, ehe er mit den Worten „es war sehr schön, es hat mich sehr gefreut“ einen Abgang macht...

Was meine Arbeit mit dem Ensemble des Theater Phönix als musikalischer Leiter dieser Produktion betrifft, kann ich mich diesen Worten nur anschliessen.

„Im Weissen Rössl am Wolfgangsee“ - November 2000 bis Jänner 2001 im Theater Phönix/Linz

SHUT UP AND PLAY

■ VON HERBERT PICHLER

☛ **Unterricht:**

Der Versuch, für jede(n) Studen(tin)(ten) einen individuellen Zugang zum aktiven, kreativen Musizieren zu finden, ist in jeder Sekunde ein Abenteuer, bei dem man nicht weiss, wie es endet, wobei in allen Situationen das Hören der Schlüssel zum Weiterkommen ist.

Um dem Zerreden entgegen zu wirken, möchte ich meinen Unterricht frei nach Willi Langer unter das *Motto* „*Shut up and play*“ stellen, wohlwissend, dass noch immer zu viel gesprochen und viel zu wenig gehört wird.

Aktuelle Aktivitäten:

- Musikalische Leitung der Theaterproduktion „Hair“ im Raimundtheater
- CD für Lenneke Willemsen
- Kompositionen für das Boesze Salonorchester
- Musikalische Leitung und Arrangements bei der R. Fendrich-Show „Saitensprung“ im Ronacher: CD, DVD und TV-Ausstrahlung der Show im November 2002, Vorbereitung für eine Tourversion im Frühjahr 2003
- CD-Aufnahmen für das Musical „Wake up“

Uni und Studenten:

- Walter Chmela gewinnt Tullnerfelder Kulturpreis mit seiner CD.
- Martin Gasselsberger spielt mit „Out of Blue“ die neueste CD ein und hat im Sommer seine erste eigene CD aufgenommen.
- Die TEA & LUNCHTIME-Leiste soll im Herbst wieder aktiviert werden.



WIDERSTAND UND ANPASSUNG IN DER GESCHICHTE DER POPMUSIK

■ FRAGMENTE ZUR PRODUKTION VON POPMUSIK

■ VON ALFRED SMUDITS

■ Zwei Geschichten – eine Ideologie

Wie bei jeder Geschichtsschreibung sind auch bei Darstellungen zur Entwicklung der Popmusik¹ bestimmte Leitgedanken häufig zu finden. Einer dieser Leitgedanken besteht darin, dass einzelne herausragende Interpret/inn/en, seltener Komponist/inn/en für Entwicklungsschübe verantwortlich sind, dass also Popmusikgeschichte die Abfolge von Star-Biographien ist. Ein anderer immer wiederkehrender Leitgedanke ist die Erzählung von der Musikindustrie, die sich jedwede kreative Leistung aneignet, diese standardisiert, kommerzialisiert und damit ästhetisch verharmlost und kulturell banalisiert. Die beiden Leitgedanken scheinen auf den ersten Blick unterschiedliche Ideologien zu repräsentieren:

Der Leitgedanke „Star-Geschichte“ ist offensichtlich dem Geniekonzept verbunden, hier wird von polit-ökonomischen Rahmenbedingungen weitgehend abstrahiert, das kreative Subjekt setzt sich auf grund seines herausragenden Talents durch, bestenfalls wird noch darauf hingewiesen, dass die

Zeit eben für genau diesen Star reif gewesen sei und dass der Star dies genau erkannt hätte (was wiederum seinem herausragenden Talent zuzuschreiben sei). Die „grossen Interpreten“ werden als innovativ im Sinne von stilprägend, als symptomatisch für eine neu angebrochene Epoche verstanden. Mit Elvis Presley begann der Rock’n’Roll, mit den Beatles die Beat-Ära, mit Jimi Hendrix die „Rock-Musik“, mit den Sex Pistols der Punk usw. usf. Insofern als hier das Durchsetzungsvermögen des genialen Individuums im Vordergrund steht, ist diese Darstellungsweise affirmativ und konservativ: wahre Talente sind erfolgreich, die Geschichte ist die Erzählung über die wahren Talente und damit die Legitimation der herrschenden Geschichte als einzig mögliche Geschichte.

Der Leitgedanke der „vereinnahmenden Musikindustrie“ ist offensichtlich der kritischen Theorie verbunden, hier stehen die polit-ökonomischen Rahmenbedingungen im Zentrum der Überlegungen, bzw. Popmusikgeschichte wird vor der

Hintergrundfolie des jeweiligen Durchsetzungspotentials der Musikindustrie geschrieben. Dem kreativen Subjekt, das sich im Bereich der Popmusik betätigt, wird durchaus eine anerkennenswerte kreative Kompetenz, vielleicht sogar die Fähigkeit Innovationsimpulse durchzusetzen, zuerkannt, allerdings mit vorprogrammiertem Scheitern: die letztendliche Vereinnahmung durch die Musikindustrie ist unausweichlich.² Kritische Popmusikgeschichte erzählt also Verfallsgeschichten: vom kreativen, ja revolutionären Impuls und vom darauf folgenden – durch die kommerzielle Ausbeutung bedingten – Niedergang des Rock’n’Roll, der Beat-Musik, der Rock-Musik, der Punk-Musik, usw.

Trotz der ideologischen Gegensätze dieser beiden Positionen, vor allem in bezug auf die Einschätzung der Macht der Musikindustrie, gibt es eine offensichtliche Übereinstimmung, nämlich in Bezug auf das „kreative Subjekt“. Beidemale wird die Geschichte vom Künstler erzählt, der sich durchsetzt, und zwar mit der Musikindustrie oder gegen sie. Was später passiert, sind dann – in der affirmativen Lesart – persönliche Krisen (künstlerischer Niedergang infolge von Alkohol, Scheidung etc., eventuelle Comebacks etc.) oder „Reifungsprozesse“ (vom genialen Rebellen zum allseits beliebten Entertainer), in der kritischen Lesart vorhersehbare Niedergänge bewirkt durch die musikindustriellen Kräfte („kommerziell immer erfolgreicher, künstlerisch immer uninteressanter“, oder „kommerziell zu wenig erfolgreich, daher von der Musikindustrie fallengelassen“ u.ä.).

Das affirmative Künstler- und vor allem interpretenorientierte Verständnis von Musik-Geschichte ist natürlich insofern durchsetzungsfähig, weil es komplexitätsreduzierend wirkt und damit leichte Orientierung im Dschungel der Entwicklungslinien populärer Musik anbietet. Pop-

musikgeschichte als Chronologie der Stars wird so zur Besichtigung von Eisbergspitzen – faszinierend zwar, aber sichtbar wird eben nur ein ziemlich geringer Teil der – als Ganzes ohnehin nie erfassbaren – Realität.

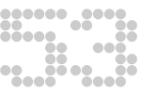
Etwas mehr wird vielleicht sichtbar bei der kritischen Geschichtsschreibung, bei der musikindustriell bedingte Niedergangsgeschichten von zunächst innovatorischen, widerständigen Stilen betrieben wird. Hier wird neben der Bezugnahme auf soziale und politische Hintergründe der Entwicklung auch sehr bald die Geschichte und ökonomische Dimension der Musikindustrie systematisch berücksichtigt.³ Für die breitere Fangemeinde sind diese Analysen weniger attraktiv, eher für wissenschaftlich orientierte Klientel.

Aber immerhin ist in Folge des Auftretens der kritischen Popmusikgeschichte mittlerweile auch bei „affirmativen“ Geschichtsdarstellungen eine Bezugnahme auf den soziokulturellen Hintergrund, sind einige eingesprenkelte soziologische Verweise (die Entdeckung der Jugend als Konsumenten beim Rock’n’Roll, die Jugendrevolte um 1968, subkulturelle Bewegungen bei der Rockmusik, Arbeitslosigkeit und Punk) selbstverständlich geworden. Zu feiern gilt es ja auch das Talent, „die Zeichen der Zeit zu erkennen“ und diese dann auch genial in entsprechende popmusikalische Botschaften umzusetzen. Und die Musikindustrie bzw. einige prominente Vertreter derselben werden auch schon in affirmativen Geschichtsdarstellungen erwähnt.⁴

In diesem Zusammenhang der Berücksichtigung der Musikindustrie kann natürlich schon der Form halber eine durchaus auch existierende Variante der Popmusikgeschichtsschreibung nicht unerwähnt bleiben, nämlich die Selbstdarstellungen der Musikindustrie. Dass es sich dabei weitestgehend um das Erzählen von Erfolgsgeschichten handelt ist klar, dass andererseits die von der Industrie veröffentlichten Daten und Fakten vielfach die einzig verfügbaren sind, ist aber auch zur Kenntnis zu nehmen.⁵

Auffällig ist jedenfalls, wie zögernd die Auseinandersetzung mit den inneren Strukturen der Musikindustrie auch von seiten der kritischen

Der Leitgedanke „Star-Geschichte“ ist offensichtlich dem Geniekonzept verbunden...



(1) Ich verstehe unter Popmusik jene Ausprägung der Populärmusik, die sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in den westlichen Industrienationen entwickelte und deren wesentlichste Verbreitungsmedien Schallplatte und Radio waren (und weitgehend sind).
(2) Eine andere Variante besteht darin, das kreative Subjekt von vornherein zu entmündigen, insofern, als Kreativität und Kulturindustrie nicht zusammen denkbar sind, und also jemand, der/die sich über die Kulturindustrie kreativ entfalten will, von vornherein zu diskreditieren ist. Aus dieser Sicht entstehen allerdings keine Darstellungen zur Popmusikgeschichte, sondern Pamphlete gegen die Popkultur.
(3) schon bei Gillett, aber zentral bei Chapple, Garofalo
(4) auffällig besonders dann, wenn ein Label mit einem Genre gleichgesetzt wird, z.B. der Motown – Sound oder Prog-Rock-Labels der 1970er Jahre wie Chrysalis, Island oder Virgin.
(5) diverse Publikationen der IFPI, zur Kritik siehe Harker

Der folgende Text ist der in der veröffentlichten Form stark gekürzte Einleitungsteil eines Artikels, der unter dem Titel "Rebellische Popmusik? Eigensinn und Affirmation bei der Produktion von Popmusik" in der Festschrift für Heinz Steinert soeben erschienen ist: Brüchert, Oliver/Resch, Christine (Hg.) Zwischen Herrschaft und Befreiung. Kulturelle, politische und wissenschaftliche Strategien. Münster: Westfälisches Dampfboot 2002. Das Fallbeispiel Presley habe ich aus Aktualitätsgründen (25. Todestag) angehängt.



Lesart in Angriff genommen wurde.¹ Ein wesentlicher Grund mag darin zu sehen sein, dass solche Analysen notwendigerweise eine differenzierter Auseinandersetzung mit der Musikindustrie erfordern als die bloße polit-ökonomische Kritik traditionellen Zuschnitts. Schon die seit etwa den 1970er Jahren² andauernde und noch lange nicht erledigte Diskussion, wie denn das Verhältnis zwischen den grossen Tonträgerunternehmen, den Majors und den unabhängigen Kleinlabels, den Independents zu bewerten sei, zeigt deutlich die Probleme der kritischen Sichtweise bei einem durch und durch industrialisierten Phänomen wie der Popmusik auf. Ob die Independents nämlich als Innovatoren und damit auf der Seite authentischer, originärer Kreativität stehend einzuschätzen seien, oder ob sie sich nicht eigentlich auch nur am kommerziellen Erfolg orientierten, ob zwischen Majors und Independents eine natürliche Gegnerschaft oder ob nicht eher eine symbiotische Beziehung bestünde, ist bis dato noch umstritten.

Der Produzent

Seit der Herausbildung einer ernsthafteren Beschäftigung mit Popmusik, also etwa seit den 1970er Jahren³, ist nur vereinzelt (Peterson) und erst seit kurzer Zeit eine ernsthafte und systematischere Beschäftigung mit den Produktionsbedingungen innerhalb der Musikindustrie zu konstatieren (Negus etc.). Dabei geht es um die systematische Darstellung des Produktionsprozesses, um die Beschreibung und Analyse organisatorischer Strukturen innerhalb des Unternehmens, um die Identifikation der Personen, die im musikindustriellen Unternehmen im Spannungsfeld von kaufmännischen, technischen und künstlerischen Aspekten handeln müssen. Letztlich und immer wieder geht es natürlich darum, das Verhältnis von Musikindustrie und Kreativität genauer abzuklären, Chancen und Grenzen der Entfaltung von künstlerischem Eigensinn mit den Strukturen der Musikindustrie abzuklären. Dabei lässt sich neben dem Artist&Repertoire Management und der Marketingabteilung als ein wesentlicher Faktor die unmittelbare Musikproduktion identifizieren.

Verweise auf die Bedeutung des „Produzenten“ finden sich natürlich schon in den ersten Soziologien der Popmusik (Frith, Wicke, Garofalo), und natürlich wurden die Produzentenpersönlichkeiten Phil Spector

oder George Martin schon gewürdigt als sie noch mitten in ihren besten Arbeitsjahren waren. Aber erst seit den 1980er Jahren dürfte durch die technologische Entwicklung vorangetrieben, der Blick auf die kreativen Eigenleistungen der Produktion zur Selbstverständlichkeit geworden sein.

Was abgeht, ist eine systematische Aufarbeitung des Verhältnisses zwischen den Produktionsbedingungen von Popmusik und der Entwicklung der Popmusik. Ich meine, dass ein wesentlicher Grund dafür darin zu suchen ist, dass die ideologischen Barrieren zwischen kritischer und affirmativer Sicht bislang noch immer gross genug sind, um eine ernsthafte Aufarbeitung der Entwicklung der musikindustriellen Produktion zu verhindern.⁴

Herrschaft und Eigensinn

Geschichtsschreibungen dienen der Legitimation von Ideologien. Die affirmative Variante der Musikgeschichte legitimiert die Legende vom autonomen Subjekt, und beruhigt alle dahingehend, dass sich das Gute, Wahre und Schöne durchgesetzt hat, weil es sich immer durchsetzt. Und sie legitimiert die Legende von der guten, hilfreichen Musikindustrie, die das ihre dazu beiträgt, dass sich die wahrhaft Talentierten durchsetzen können, um dann möglichst vielen Menschen mit ihrer Musik Freude bereiten zu können. Die kritische Variante legitimiert dieselbe Legende vom autonomen Subjekt, aber sie lehrt uns, dass es trotz allem Sinn macht Eigensinn zu entwickeln, widerständig zu sein, auch wenn das Scheitern unter Bedingungen wie diejenige, die da eben sind, beinahe unausweichlich ist.

In beiden Varianten sind die Rollen, was Herrschaft und Eigensinn betrifft klar verteilt. Die Industrie besitzt die Mittel, autonomen Subjekten massenwirksame Entfaltung ihrer Kreativität zu ermöglichen – und das ist eine sehr mächtige Position, das ist Herrschaft. In der affirmativen Variante handelt es sich natürlich um eine positive Form von Herrschaft (Mittel werden zur Verfügung gestellt), in der kritischen um eine negative Form von Herrschaft (Kreativität wird um des Profit willens ausgebeutet). Die Künstler dagegen sind widerständig, eigensinnig – sie müssen sich gegen anfängliche Widerstände durchsetzen, werden dann aber entweder mit ihren neuen Ideen triumphale Erfolge feiern oder aber ausgebrannt von der Industrie fallen gelassen. Beidemale ist auch klar, dass die noch so mächtige Musikindustrie ohne

Kreative schnell bankrott geht, und dass die Kreativen in Zeiten der Musikindustrie ohne diese Industrie kaum von ihrer Musik (über)leben könnten. Die Dialektik von Herr und Knecht schimmert hier unverkennbar durch.

In diesen beiden Varianten von Geschichtsschreibung hat der Produzent keinen wirklich guten Platz. Hier handelt es sich weitgehend um eine kreative Tätigkeit, die unmittelbar aus der musikindustriellen Produktion erwachsen ist, zu der es also kein Pendant in einer vorindustriellen Musiklandschaft gibt. Der Produzent stellt somit – davon will ich einmal ausgehen – die originärste Schnittstelle zwischen künstlerischer Ambition und musikindustrieller Produktion dar.

Der Produzent repräsentiert die Macht der Industrie ebenso wie den Eigensinn des Künstlers. Ihn zum Genie im traditionellen Sinn zu stilisieren geht schwer, weil sein Naheverhältnis zur Industrie und damit seine Abhängigkeit von technischen und ökonomischen Faktoren kaum wegzuleugnen ist, ihn als blossen Handlanger der Industrie zu denunzieren, ist ebensowenig möglich, weil sein kreativer Beitrag am Endprodukt nicht ignoriert werden kann. Deshalb ist er im Star/Industrie-Schema der Affirmativen, wie auch im traditionellen Freund/Feindschema der kritischen Sichtweise nicht einzuordnen. Die traditionellen Trennungen werden hier plötzlich brüchig und widersprüchlich. Anhand einiger Beispiele will ich im Folgenden versuchen, diese Widersprüche und Brüche genauer zu markieren.

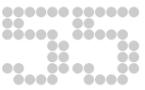
Der Fall Elvis Presley: (auch) der Sound machte Elvis zum King

Wie lange sich Elvis Presley im Jahr 1954 im Studio von Sam Phillips mit zwei anderen Musikern an verschiedensten Liedern und Stilen versuchte bis Phillips, der zufällig gerade im Nebenraum war, aus einem eher spielerisch improvisierten „That’s all right my mama“ den zukünftigen Erfolgssound heraushörte, ins Studio stürzte und das Stück gleich nochmal hören wollte, ist unklar. Aber es ist auch ohne Belang, ob es einige Stunden, einige Tage oder gar ein halbes Jahr brauchte, bis der Funke gezündet hatte, festzuhalten ist: Sam Phillips, der das kleine Plattenlabel „Sun-Records“ betrieb und sich da auch als Produzent betätigte, hatte Presley eingeladen mit zwei routinierten Musikern aus dem Western-Swingbereich zu proben. Er versprach sich

davon, einen vielleicht brauchbaren Sänger zu entdecken, nachdem ihm Presley aufgefallen war, als dieser auf eigene Kosten eine Schallplatte bei Phillips aufgenommen hatte – als Geschenk für seine Mutter. Presley kannte alle Stile – von Tin Pan Alley über Country zu Blues, beherrschte sie auch recht und schlecht, hatte allerdings keinen eigenen Stil bzw. keine Vorstellung davon, wohin er interpretatorisch wollte.¹ Sam Phillips war auf der Suche nach einem Weißen, der singen konnte und auch wollte wie ein Schwarzer – damit glaubte Phillips viel Geld machen zu können. Und aus Presleys Stimme – und insbesondere dann bei „That’s all right“ – hatte er dieses „schwarze“ Potential herausgehört. Wie aus der weiteren Geschichte bekannt, hatte Phillips Recht gehabt – es bestand Bedarf nach einem Weissen mit schwarzer Stimme, und Presley hatte diese Stimme. Dazu kommt – und ob Phillips sich dessen bewusst war, wissen wir nicht – dass Presley nicht nur seine Stimme, sondern seinen ganzen Körper in einer Art und Weise einzusetzen verstand, die für das weiße Publikum der mittleren 1950er Jahre nichts anderes als „dirty“ waren und weiters, dass Presley jung war. Das war damals keine Selbstverständlichkeit im Pop-Business – im Gegenteil, Presley sprach somit

Der Produzent stellt somit die originärste Schnittstelle zwischen künstlerischer Ambition und musikindustrieller Produktion dar.

durch seine Erscheinungsbild und sein Auftreten, durch seinen Habitus eine neu entstehende mächtige Zielgruppe unmittelbar an, nämlich die Jugendlichen. Soviel zur Eigenleistung Presleys. Seine Widerständigkeit, sein rebellisches Potential war also mehr im ausser- als im innermusikalischen Bereich gegeben, denn in bezug auf die Musik kann bei Presley kaum von besonderer Innovation gesprochen werden. Western Swing, diverse Variationen des Rhythm’n’Blues (z.B. Jump Blues), aber auch extrovertiertere Sänger der Kategorie Tin Pan Alley wie etwa Johnny Ray hatten bereits ähnliche stilistische Elemente aufzuweisen wie der Rock’n’Roll Presleys (der ja zunächst auch als



(1) Eine der kolportierten Aussagen Presleys dazu lautet, dass er wie Dean Martin singen wolle.
(2) Hier wäre natürlich eine Auseinandersetzung mit der Fragwürdigkeit der Kategorie „Rock’n’Roll“ als eigenständiger Musikstil angebracht (Kuhnke, Miller/Schulze 1999), allerdings ist das eine andere Geschichte als die, um die es hier geht.

(1) Dass ein solches Bemühen für die affirmative Geschichtsschreibung weitgehend uninteressant ist, liegt auf der Hand: die hier handelnden Personen sind meistens unbekannt, uncharismatisch und (daher) auch für die Zielgruppe der an dieser Art von Geschichtsschreibung interessierten - meistens handelt es sich um Fans - nicht besonders attraktiv.
(2) vgl. Gillett 1970, Peterson 1976, Chappell, Garofalo 1974 zu Negus 1996, Burnett 1996
(3) Nick Cohn, Greil Marcus, Gillett
(4) Andererseits bin ich davon überzeugt, dass demnächst ein Boom von produktionsorientierten Geschichtsschreibungen der Popmusik entstehen werden, nicht zuletzt weil die nachwachsende Generation von Fans, Kritikern und Experten mit dem Widerspruch unbefangener umgehen und ein Interesse daran haben, die Entwicklung der Produktion genauer kennenzulernen.



Rhythm'n'Blues bezeichnet wurde)². Was war also neu an der Musik Presleys? Zunächst einmal der Sound, der sich durch einen äusserst offensiven Einsatz von Hall-Effekten auszeichnete. Sam Phillips hatte dies beinahe zum Markenzeichen seiner Produktionen gemacht, er nutzte die neue technische Möglichkeit des Tonbandmittschnitts für diese Zwecke intensiv aus. Dann die Instrumentierung, auch diese von Phillips bewusst so gewollt: eine kleine Besetzung¹, bei der die Stimme im Vordergrund steht. Die üblichen Bläser (beim Rhythm'n'Blues) oder Fiddeln (bei Country and Western) fehlten. Im Zentrum auch der schnellen, fürs Tanzen gemachten Stücke – wie z.B. „That's all-right“ – stand die Stimme des Interpreten, der einen Song tatsächlich (theatralisch) interpretierte und nicht nur eine Melodie sang.

Vor dem Hintergrund dieser Tatsachen scheint es nicht weit hergeholt, zu behaupten, dass Presley bloss zur richtigen Zeit am richtigen Ort – nämlich im Studio von Sam Phillips – war. Ja, es ist durchaus plausibel, dass ein anderer Presleys Rolle spielen hätte können, wäre dieser andere zur rechten Zeit am rechten Ort gewesen. Der Habitus Presleys lag ja ganz offensichtlich „in der Luft“ (vgl. den ähnlichen Habitus von Marlon Brando oder von James Dean, die beide vor Presley bekannt wurden)², es musste nur der Soundtrack dazu erfunden und ein adäquater Repräsentant gefunden werden. Der Soundtrack aber ist eine Kreation von Sam Phillips – Produzent und Kleinunternehmer.

Bezeichnenderweise „verkaufte“ Phillips recht bald Elvis Presley an den Major „RCA-Victor“ bzw. an den Manager Tom „Colonel“ Parker. Der Grund dafür war einfach: Für den Kleinunternehmer Phillips war der zum Superstar heranwachsende Presley organisatorisch und wirtschaftlich zunehmend nicht mehr bewältigbar. Der Kleinunternehmer hätte völlig andere betriebliche Strukturen aufbauen müssen, wäre aber vermutlich in einer Wachstumskrise erstickt und hätte als Pleitier Presley dann ohnehin verloren. So sanierte Phillips sein ohnehin schon gefährdetes Unternehmen und machte sich daran, weitere Rock'n'Roll- und Country-Stars zu entdecken. (u.a. Carl Perkins, Jerry Lee Lewis, Johnny Cash, Charlie Rich).

Presley hingegen wurde schnell zum Pop-Star, d.h. sehr bald waren die von ihm interpretierten

Stücke verschiedensten Genres zuordenbar, nur wenige hatten – entgegen seinem Image – noch mit dem, was als Rock'n'Roll bezeichnet wird, zu tun. Spätestens ab Beginn der 1960er Jahre wurde er zum alle Genres beherrschenden Entertainer. Er nahm zahllose erfolgreiche Schallplatten auf, spielte in über 20 Filmen die Hauptrolle, wurde zur lebenden Legende als „King“ des Rock'n'Roll. Keines der Produkte nach 1960 findet allerdings jene musikhistorische Beachtung, wie seine Aufnahmen aus den Sun-Records-Tagen und den ersten Aufnahmen bei RCA, die sich noch stark an den Sun-Records-Sound orientierten (z.B. Heartbreak Hotel, Hound Dog oder Jailhouse Rock).

Rekapitulieren wir: der Produzent und Kleinunternehmer kreiert einen innovativen Sound zusammen mit einem jungen Sänger mit rebellischem Habitus, der Sänger geht zu einem Major (weil er ohnehin immer nur reich und berühmt werden wollte) und ist sehr bald Teil des herrschenden Systems der grossen Unterhaltungsindustrie. Der Kleinunternehmer bleibt bei seinen Leisten und entdeckt noch einige andere Talente. Ganz offensichtlich ist hier der grössere Anteil Eigensinn beim Produzenten zu finden als beim vorgeblich rebellischen Star. Der Produzent will (und muss) natürlich auch Geld verdienen, ihm geht es aber ebenso ums Entdecken, um die Durchsetzung einer ganz bestimmten Vorstellung von Sound, die er für erfolgsträchtig hält.

Prototypisch wird hier schon eine der Geschichten durchgespielt, die das Verhältnis von Majors und Independents kennzeichnet: der „kleine“, aber meist enthusiastische Labelbesitzer oder Produzent entdeckt einen Künstler, leistet Entwicklungsarbeit, manchmal bis an die Grenze der ökonomischen Möglichkeiten gehend, und dann, wenn sich der erste Erfolg einstellt, kauft das „grosse“ Major-Unternehmen den werdenden Star und verdient sehr viel Geld ohne vorher Risikokapital investiert zu haben.

WIE KREATIV IST DIE MUSIK-INDUSTRIE?



■ VON PETER TSCHMUCK

1. Einleitung

Die Vertreter der Musikindustrie sehen ihre Unternehmen in einer Selbstbeschreibung als Beschützer und Förderer der Musiker und Komponisten und deren Kreativität. Die Musikindustrie wird daher auch als typisches Beispiel der „Creative Industries“ angesehen. Versteht man unter Industrie alle jene Unternehmen (Organisationen), deren Leistungserstellungsprozess auf die gleiche Technologie hin ausgerichtet sind, so kann die gegenwärtige Musikindustrie durch die Produktion, Vermarktung und Distribution von Tonträgern definiert werden, sodass von der Tonträgerindustrie gesprochen werden kann.

Es wird nun in der Folge die Frage beantwortet, ob und in welchem Ausmass die Tonträgerindustrie Kreativität fördert und welche Wechselwirkungen es zwischen dem Kreativitätspotential und der Innovationsfähigkeit der Tonträgerindustrie gibt. Um diese Fragen beantworten zu können, wird zuerst einmal nach einer kritischen Diskussion des Konzepts der Neuheit, wie es in der ökonomischen Theorie entwickelt wurde, ein Kreativitätskonzept aus psychologischen und soziologischen Erkenntnissen abgeleitet. Anschließend werden die

Die Musikindustrie wird auch als typisches Beispiel der „Creative Industries“ angesehen.

Wechselwirkungen zwischen Kreativität und Innovation modelliert und abschliessend anhand einer deskriptiv-empirischen Diskussion der historischen Strukturbrüche in der Musikindustrie überprüft.

2. Das Konzept der Neuheit in der ökonomischen Theorie

Wenn in der ökonomischen Theorie von Neuheit die Rede ist, dann wird sie mit dem Konzept der Innovation gleichgesetzt (vgl. Cloake 1997; über künstlerische Innovation siehe: Castañer und Campos 2002). In der mittlerweile unüberschaubaren Innovationsliteratur wird dabei das Hauptaugenmerk vor allem auf die technologische Innovation gelegt.¹ Dabei wird zwischen der Entwicklung neuer Konsumgüter und Dienstleistungen (Produktinnovationen) einerseits und neuen Maschinen und Arbeitsprozessen (Prozessinnovationen) andererseits unterschieden. Mansfield

[1] Hier ist es nahe-liegend, davon auszu-gehen, dass Phillips aus der Not, nicht so viele Studiomusiker bezahlen zu können, eine Tugend machte.

[2] Presleys Durchbruch erfolgte Anfang 1956. „The Wild One“ mit Marlon Brando war 1954, „Rebel without a Cause“ mit James Dean war 1955 in den Kinos.

[1] Nur wenige Beiträge befassen sich auch mit künst-lerischer Innovation, wie z.B. jene von Heilbrun und Gray (1991, 1993) und Caves (2000).



(1968) unterscheidet zusätzlich zwischen radikalen und inkrementalen Innovationen, um den Neuheitsgrad einer Innovation genauer bestimmen zu können. Es macht nämlich einen gravierenden Unterschied, ob nur ein paar Teile eines Produkts oder ein paar Arbeitsschritte eines Prozesses verändert werden oder ob ein vollkommen neues Design oder neue Arbeitsprozesse entwickelt werden.

Trotz der ausführlichen Beschäftigung mit technologischer Innovation, hat sich die ökonomische Theorie bislang kaum mit Kreativität auseinandergesetzt. Ein Grund könnte darin liegen, dass die Kreativität ausschließlich dem Erfinder zugeordnet wird, und die Kommerzialisierung der Erfindung dem Unternehmer, der gleichzeitig, im Schumpeterianischen Sinn als Innovator angesehen wird. So kommt es, dass die ökonomische Theorie zwar in der Lage ist, die Kommerzialisierung neuer Produkte und Prozesse zu erklären aber nicht den kreativen Akt des Erfindens. Lediglich in älteren Arbeiten über Inventionen (z.B. Usher 1962) finden sich auch Erklärungsansätze für Kreativität.

Es bedarf daher des Blicks über den ökonomischen Gartenzaun, um das Phänomen der Kreativität auch in seiner ökonomischen Dimension zu erfassen. Eine Möglichkeit besteht darin, ökonomische und psychologische Erkenntnisse zusammenzuführen. Frey (1997, 2000) entwickelt zum besseren Verständnis von kreativen Prozessen eine Crowding-out Theorie, wonach es zu einem Crowding-out intrinsischer durch extrinsische Motivation kommen, wenn letztere als Kontrolle oder Zwangsmittel empfunden wird. In solchen Situationen wird die Entfaltung der Kreativität eingeschränkt (Amabile 1982, 1983).

Es bedarf daher des Blicks über den ökonomischen Gartenzaun, um das Phänomen der Kreativität auch in seiner ökonomischen Dimension zu erfassen.

Als kreativ kann daher nicht nur eine Person, ein Produkt oder ein Prozess bezeichnet werden, sondern auch ein Umfeld, in dem sich der kreative

Prozess entfaltet. Trotz der Berücksichtigung von Umweltfaktoren bei der Entfaltung von Kreativität, wird sie dennoch in der psychologischen Kreativitätsforschung fast ausschließlich als mentaler Prozess betrachtet, der in der kreativen Person abläuft und sich in einem kreativen Produkt manifestiert. Wird hingegen das Soziale oder das Kulturelle zum konstituierenden Faktor des Kreativen, dann verlassen wir das Feld traditioneller Kreativitätsmodelle und gelangen zu mehr oder minder systemischen Kreativitätsansätzen.

Diese gehen davon aus, dass eine Person immer nur in bezug auf herrschende Umstände kreativ sein kann. „*We cannot study creativity by isolating individuals and their works from the social and historical milieu in which their actions carried out.*“ (Csikszentmihalyi 1988: 325). Kreativität entsteht daher nicht im Kopf des kreativen Individuums bzw. schlägt sich nicht im kreativen Objekt nieder, sondern entsteht in der Interaktion zwischen dem individuellem Denken und einem sozio-kulturellen Kontext (Csikszentmihalyi 1988, 1995, 1999). Um Kreativität verstehen zu können, muss sie vor dem Hintergrund kollektiven Handelns gedacht werden. Das kollektive Handeln kann als Bewegung verstanden werden, in deren Verlauf, die Motive und Identitäten, auf die sich das Handeln bezieht, erst gebildet werden (Joas 1996).

Kreatives Handeln möchte ich daher als kollektiven Prozess verstanden wissen, der auf eine vorstrukturierte soziale und kulturelle Realität trifft. Das Neue kann demnach nur vor dem sozialen und kulturellen Hintergrund erkannt werden. Dieser lässt sich aber nur durch das Handeln und nicht allein durch mentale Prozesse erfahren. Das kollektive Handeln wird somit selbst konstitutiv für das Kreative.

3. Die Beziehung zwischen Kreativität und Innovation

Caves (2000: 202) bringt die Beziehung zwischen Kreativität und Innovation auf den Punkt, wenn er Innovation als „*the visible tip of the iceberg of everyday creativity*“ bezeichnet. Die Innovation ist das Ergebnis jener kreativen Handlungen, die Schumpeter (1912: 158) als das Durchsetzen neuer Kombinationen vorhandener wirtschaftlicher Möglichkeiten bezeichnet. Nach Schumpeters Ansicht sind aber nur sehr wenige Menschen in der Lage, die neuen Kombinationen zu erkennen und eine noch

kleinere Minorität ist befähigt, die neuen Kombinationen durchzusetzen. Es handelt sich also um eine Art Avantgarde, die angetrieben durch die „Freunde am schöpferischen Gestalten“ (Schumpeter 1912: 141) das Bestehende gegen alle Widerstände zerstört, um das Neue an dessen Stelle zu setzen. Gäbe es diese „kreativen Zerstörer“ nicht, dann würde das gesamte wirtschaftliche und soziale Leben sich in einem immer wiederkehrenden Kreislauf selbst reproduzieren. Die Handlungen liefern dann nach bestimmten Routinen ab, die man als 'statische' Prozesse bezeichnen könnte. Ein solches System könnte sich nur durch gewaltsame Eingriffe von außen verändern.

Routinen werden in der verhaltenswissenschaftlichen Organisationstheorie als „(...) *forms, rules, procedures, conventions, strategies, and technologies around which organizations are constructed and through which they operate*“ (Levitt und March, 1999: 76) definiert. Organisationen verfügen über ein umfassendes, routinisiertes Handlungsrepertoire, das situativ eingesetzt werden kann, um Probleme zu lösen. March und Simon (1958) unterscheiden Handlungsprogramme, die in einem bestehenden Repertoire an Handlungen enthalten sind (programmierte Handlungen) und solche, die bislang nicht Teil des Handlungsrepertoires waren (unprogrammierte Handlungen). Letztere bezeichnen sie als Initiationen („*initiations*“) oder als Innovationen („*innovations*“), die nicht einfach durch die Anwendung vorprogrammierter Änderungsvorschriften hervorgebracht werden können. Innovation besteht demnach in der Änderung der Routinen. Innovation kann zufällig bei Auftreten von Anomalien ausgelöst werden oder dann, wenn ein Anspruchsniveau mit herkömmlichen Programmen nicht mehr erreicht werden kann und sich Unzufriedenheit einstellt.

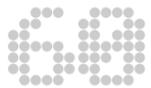
Bevor aber unprogrammierte Handlungen aufgrund von Problemen initiiert werden, mit anderen Worten Innovation stattfindet, wird die Organisation zuerst einmal den „*organizational slack*“¹ (Cyert und March 1963) auflösen und wenn das nicht zum Ziel führt das Anspruchsniveau senken. Nur im Fall, dass die Senkung des Anspruchsniveaus als unbefriedigend empfunden wird, wird die Problemlösung in der Entwicklung neuer Handlungsprogramme münden. Innovation ist daher ein sehr

unwahrscheinliches Ergebnis interner Entscheidungsprozesse. Geänderte Umweltbedingungen führen daher nicht unmittelbar zu innovativer Tätigkeit in einer Organisation. Mit zunehmender Organisationsgröße und –komplexität werden die Entscheidungsprozesse stärker an routinisierten Handlungen orientiert sein. Das liegt einerseits an dem größeren Repertoire von Handlungsmustern, die einer großen Organisation zur Verfügung stehen, andererseits verfügt eine große bürokratisierte Organisation auch über einen größeren „*organizational slack*“, dessen Abbau den Innovationszeitpunkt hinauszögert.

Nelson und Winter (1982) übertragen dieses behavioristische Verhaltensmodell von Organisationen auf das Verhalten ganzer Industrien. Diese entwickeln sich ihrer Meinung nach entlang von „*natürlichen Trajektorien*“ (Entwicklungspfade), die in einem technologischen Regime verankert sind. Dosi (1982, 1984, 1988a, 1988b) spricht in Anlehnung an Kuhn (1962) von einem technologischen Paradigma. Ein technologisches Paradigma kann ein Artefakt wie auch ein Bündel von Handlungsheuristiken sein, die als eine Art Gebrauchsanweisung, wie ich handeln soll, interpretiert werden müssen. Der technologische Wandel vollzieht sich demnach nicht zufällig und sprunghaft, sondern im Rahmen eines technologischen Paradigmas. Sahal (1985) spricht in diesem Zusammenhang von „*technological guide posts*“, die als Basisartefakte (z.B. Tonträger) aufgefasst werden können, deren Charakteristika ständig weiter entwickelt wurden (Edison-Walze – Schellack-Platte – Vinyl-Platte – Musikkassette – CD etc.). Die Entwicklung und Verbesserung dieser Basisartefakte erfordert zusätzlich die Entwicklung adäquater Kompetenzen und Handlungsregeln bzw. –muster. Rosenberg (1976) betont vor allem sogenannte „*focusing devices*“, worunter er typische Probleme und Lösungsmöglichkeiten definiert, die den Suchprozess in eine bestimmte Richtung lenken. Das bedeutet: „*a technological paradigm involves a specific technology of technical change*“ (Dosi 1988: 1128). Im Sinn von Dosi (1982, 1988), ist daher der technische Fortschritt nichts anderes als ein technologischer Trade-off, der als „*technologische Trajektorie*“ (Entwicklungspfad) beschrieben werden kann. Dieses evolutionäre Konzept von Innovation beschäftigt sich



[1] Der Begriff „*organizational slack*“ ist nur sehr schwer ins Deutsche übertragbar. Er beschreibt ineffiziente Strukturen, die während einer wirtschaftlichen Boomphase aufgebaut werden. Man könnte daher vom „*Wohlstandsspeck*“ sprechen, der in Krisenzeiten abgebaut wird.



aber ausschließlich mit der technologischen Innovation und vernachlässigt ästhetische oder stilistische Innovationen. Sie erkennt daher auch nicht die entscheidende Rolle, die Kreativität im Innovationsprozess spielt. Gerade aber in Bereichen, in denen Kreativität zum Wirtschaftsfaktor wird, wie das in den sogenannten „Creative Industries“ der Fall ist, kann Innovation ohne eine Kreativitätskonzept nicht zufriedenstellend erklärt werden.

Die Konzepte des technologischen Paradigmas und der technologischen Trajektorien greifen daher zu kurz und müssen erweitert werden. Neben technischen Artefakten müssen auch andere kulturelle und insbesondere ästhetische Artefakte und damit die verbundenen Heuristiken berücksichtigt werden. Dann kann von einem kulturellen Paradigma gesprochen werden, dass innerhalb einer Industrie gilt. Nicht nur die sogenannten „Creative Industries“ weisen ein spezifisches kulturelles Paradigma auf, sondern auch Konsumgüter- und Kapitalgüterindustrien. So spielt in der Autoindustrie neben technischen Errungenschaften sicherlich auch das Außen- und Innendesign eine wesentliche Rolle in der Entwicklung dieser Industrie.

Ein spezifisches kulturelles Paradigma einer Industrie weist nun eine oder mehrere kreative Trajektorien auf, an denen entlang sich die Kreativität entwickelt und Innovationen hervorbringt. Innovationen entspringen dabei Handlungsvariationen, die als solche gar nicht wahrgenommen werden müssen. Das führt zu kleinen Abweichungen, die über eine längere Zeit hinweg die kreativen Grundlagen einer Industrie verändern können. Auf diese Weise werden technische, rechtliche, soziale und ästhetische Konventionen weiter entwickelt und allmählich verändert, ohne dass es die Betroffenen bemerken. Ein solcher Wandel, der erst im nachhinein als Differenz rekonstruiert wird, äußert sich in inkrementalen Innovationen, die im Handlungsprozess oder nachträglich mit dem Prädikat „kreativ“ belegt werden.

Solange sich die Kreativität innerhalb der geltenden Trajektorien entfaltet, ist sie mehr oder weniger konventionell bzw. inkremental. Wie groß die Abweichungen von den geltenden Konventionen sein dürfen, hängt von der Diversität innerhalb der Trajektorien ab. Je mehr Vielfalt durch die paradigmatischen Rahmenbedingungen zugelassen wird,

desto größer sind die Chancen unvorhergesehener Verknüpfungen und Innovationen, was die Anpassungsfähigkeit an eine sich verändernde Umwelt vergrößert.

Wie auch immer die kreativen Trajektorien ausgestaltet sind; das radikal Neue entsteht nicht innerhalb geltender kultureller Paradigmen, sondern ist das Ergebnis eines revolutionären Wandels, der auch als kultureller Paradigmenwechsel bezeichnet werden kann. Dieser zerstört das routinisierte Zusammenspiel der Akteure und die soziale und ökonomische Organisation einer Industrie, und wird durch den revolutionären Wandel attackiert und herausgefordert. Die bislang geltenden Konventionen und Routinen werden kritisch hinterfragt und es wird mit ihnen gebrochen.

Dieser Wandel kann aber nur außerhalb einer Industrie entstehen, weil es sonst keinen Grund gäbe, das kreative Paradigma zu hinterfragen. Da dieser Wandel die bestehenden sozialen und ökonomischen Strukturen, die bisher Sicherheit gewährleistet haben, auflöst, entsteht Unsicherheit und daraus resultiert Existenzangst, die sich in einer Abwehrreaktion und Aggression gegen die Herausforderung niederschlägt. Die Vertreter des „alten“ Paradigmas werden daher nicht sofort das neue Paradigma akzeptieren. Wenn eine solche radikale Innovation außerhalb des traditionellen Paradigmas auftaucht, wird sie anfänglich ignoriert werden. Wenn sie dann aufgrund ihrer Wirkungen nicht mehr ignoriert werden kann, wird ihre Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit des Unternehmens heruntergespielt werden. Ist auch das nicht mehr möglich, dann wird die Innovation mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln bekämpft werden. Erst wenn diese Strategie nicht zum gewünschten Ergebnis führt, wird die Innovation und das damit zusammenhängende kulturelle Paradigma akzeptiert. Da dieses Verhaltensmuster sehr defensiv ausgerichtet ist, wird Energie vergeudet, und es vergeht sehr viel wertvolle Zeit, in der man sich mit den neuen Gegebenheiten hätte beschäftigen können, wodurch sich Konkurrenten, die das neue Paradigma tragen, einen Wettbewerbsvorteil erlangen können, der nicht mehr einholbar ist.

Eine Gruppe von Neuerern (kreative Avantgarde) kann aber nur dann erfolgreich und nachhaltig den

revolutionären Wandel vollziehen, wenn es ihnen gelingt, organisatorische Strukturen für sich zu nutzen bzw. einflussreiche soziale und ökonomische Unterstützungsstrukturen aufzubauen. Letztendlich muss es ihnen gelingen, das revolutionär Neue selbst wieder zur Konvention zu machen, indem ein neues kulturelles Paradigma mit neuen kreativen Trajektorien etabliert wird.

4. Kreativität und Innovation in der Musikindustrie

4.1. Phonograph versus Radio

In der Musikindustrie haben seit ihrer Herausbildung um 1900 zwei Mal kulturelle Paradigmenwechsel stattgefunden, die als Strukturbruch sichtbar geworden sind. Der erste Bruch, der die Industrie nachträglich erschüttert hat, geht mit der Innovation, die das Radio mit sich gebracht hat einher, und ist auf die Phase zwischen 1920 und 1930 anzusetzen. Der US-Tonträgermarkt schrumpfte zwischen 1921 und 1925 um ganze 45%, um nach einer kurzen Erholung zwischen 1926 und 1929, in der Weltwirtschaftskrise regelrecht atomisiert zu werden. 1933 betrug der Umsatz am US-Markt nur mehr 6% vom Umsatz des Jahres 1921. Die bis dahin mächtigen Konzerne, Columbia und Victor Talking Machine, die den US-Markt beherrschten, gerieten in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Columbia musste 1923 Konkurs anmelden und die Victor Talking Machine wurde 1928 nach Jahren des wirtschaftlichen Niedergangs vom Radionetzwerk RCA (Radio Cooperation of America) übernommen und als Subsparte im Medienkonglomerat eingegliedert. Die Weltwirtschaftskrise kann allerdings für die Rezession in der Musikindustrie, allein schon wegen der Tatsache, dass der Markt bereits zwischen 1921 und 1925 drastisch eingebrochen war, nicht allein verantwortlich gemacht werden. Zudem expandierten die Radionetzwerke in den USA auch nach dem Schwarzen Freitag im Oktober 1929 weiter.

Der Grund für den Zusammenbruch der phonographischen Industrie in den USA war vielmehr, dass die beiden Marktführer (Columbia und Victor) auf das Radio zuerst mit Ignoranz und später mit Verärgerung reagierten. Statt die wichtige Promotion-Funktion des Radios für den Plattenabsatz zu sehen und diese zu nutzen, sah man in den Konzernzentralen in den Radiogeräten eine gefährliche Konkurrenz zum Phonographen. Statt mit den

Betreibern des neuen Mediums zu kooperieren, wurde der Konkurrenzkampf aufgenommen. Die Haltung der Verantwortlichen in der phonographischen Industrie lässt sich am eindrucksvollsten am Beispiel des legendären Victor-Gründers Eldridge Johnson demonstrieren. Noch im Jahr 1924 glaubte er nicht daran, dass das Radio ein Ernst zu nehmendes Substitut für den Phonographen sein könnte. Ganz im Gegenteil, er untersagte ausdrücklich die Herstellung von Radioempfangsgeräten im Victor-Stammwerk in Camden, New Jersey.

Der Grund für diese Ignoranz war aber keineswegs Dummheit oder Überheblichkeit der Verantwortlichen, sondern ist in der Selbstdefinition der Musikindustrie als phonographische Industrie zu suchen. In erster Linie definierten sich die Musikkonzerne als Erzeuger von Musikmöbel, für die der Tonträger lediglich eine Zugabe war. Die ganzen Produktion- und Supportstrukturen waren daher auf den Phonographen ausgerichtet, in denen das Kapital gebunden war. Sie bildeten das Kernstück des kreativen Pfades, an dem entlang sich die Musikindustrie seit 1900 entwickelt hatte.

In der Musikindustrie haben seit ihrer Herausbildung um 1900 zwei Mal kulturelle Paradigmenwechsel stattgefunden...

Das Radio hingegen war als Technologie außerhalb des kulturellen Paradigmas der Musikindustrie entwickelt worden. Rund um das Artefakt Radio bildeten sich völlig anders geartete kreative Pfade aus, die mit Heuristiken verbunden waren, die der phonographischen Industrie fremd waren. So lehnten im Frühjahr 1924 die Victor-Verantwortlichen das ihnen von Bell-Ingenieuren elektrische Aufnahmeverfahren mit der Begründung ab, dass dieses zu stark an die Radio-Technik erinnere.

Das neue Paradigma setzte sich letztendlich gegenüber dem alten Paradigma durch. Das äußerte sich darin, dass die Radiostationen die finanzmaroden Phonographenerzeuger aufkauften und ihren Kon-





zernstrukturen unterordneten. Das bedeutete zwar nicht das Ende des Tonträgers, aber dessen Unterordnung unter den neuen kreativen Pfaden der Radiokultur.

4.2. Die Revolution des Rock 'n' Rolls in den 1950er Jahren

Der zweite Bruch in der Geschichte der Musikindustrie hat mit der ästhetischen Revolution des Rock 'n' Rolls zu tun, und lässt sich auf die Zeit zwischen 1948 und 1958 datieren. Im Gegensatz zum ersten Bruch, der durch eine technologische Innovation zurückzuführen ist, war der Auslöser, der zum zweiten Strukturbruch führte, eine ästhetische Innovation.

Diese ästhetische Revolution, die der Rock 'n' Roll auslöste, ist gut dokumentiert (z.B. Gillet 1971, Chapple und Garofalo 1977, Garofalo 1997, Gronow und Saunio 1999) und braucht nicht weiter erläutert zu werden. Sie führte dazu, dass die Dominanz der Majors (RCA, CBS, DECCA, Capitol) zwischen 1948 und 1958 schwand und der C4-Anteil¹ in den US-Hitlisten von 89% im Jahr 1949 auf 34% im Jahr 1959 sank (Peterson und Berger 1975: 160). In der Folge waren statt der 11 Tonträgerunternehmen des Jahres 1948, in den späten 1950er Jahren mehr als 200 Labels am US-Markt tätig.

Der Rock 'n' Roll, der als Randphänomen von kleinen Plattenlabeln wie Sun Records, Chess oder Atlantic Records „erfunden“ wurde, bedurfte anderer Vermarktungsstrukturen wie die Tin-Pan-Alley- und Mainstream-Produktionen der Majors. Deren Plattenproduktionen waren ganz auf die Ballroom- und Broadway-Radioübertragungen ausgerichtet und wurden als eine Art Promotioninstrument angesehen. Der Tonträger selbst wurde, im Grund genommen, nicht als Geschäftsgrundlage der Musikindustrie der späten 1940er Jahre angesehen. Ein Titel konnte nur dann erfolgreich sein, wenn er über Radiostationen bekannt gemacht und über das Distributionsnetz an den Handel verbreitet wurde.

Die Distribution der Tonträger wurde durch die Majors mit Hilfe ihrer Großhandelsorganisationen durchgeführt. Diese versorgten die Einzelhändler mit dem gängigsten Repertoire und stellten das

Merchandising-Material zur Verfügung. Unabhängige Plattenlabel hatten kaum eine Chance direkt an die Einzelhändler zu vertreiben und mussten sich daher der Distributionsstrukturen der Majors bedienen. Auf diese Weise konnten die Majors kontrollieren, was in den Distributionskanal gelangen sollte.

Mitte der 1950er Jahre haben die US-Majors die Kontrolle über die Wertschöpfungskette in der Musikindustrie verloren. Die Gründe dafür waren die Entwicklung der praktisch unzerbrechlichen Vinyl-Platte, die das aufwendige Distributionsnetz der Majors überflüssig machte, der Einsatz des Magnetophons bei der Musikproduktion, wodurch diese praktisch in der Garage mögliche war und der Wandel des Rundfunkmarkts und die Vergabe neuer Sendelizenzen an unabhängige Radiostationen durch die Federal Communications Commission (FCC) (Peterson, 1990: 101). Die Folge war, dass in den städtischen Ballungszentren eine Vielzahl von unterkapitalisierten Radiostationen gegründet wurden, die aufgrund des fehlenden Eigenkapitals gezwungen waren, mit geringstem Aufwand ein Programm auszustrahlen. Das kostengünstigste Programm bestand hauptsächlich aus Musik, die aber nicht wie bei den großen Netzwerken live aus den Ballrooms großer Hotels übertragen wurde, sondern von der Schallplatte kam. Da die großen Rundfunknetzwerke und ihre Plattenlabel in den unabhängigen lokalen Radiostationen eine gefährliche Konkurrenz sahen, verweigerten sie die Zusammenarbeit. Die kleinen Radiostationen waren daher auf die zur gleichen Zeit entstehenden unabhängigen Plattenlabel und deren Repertoire, das aus Folk, Rhythm & Blues, Hillbilly und Rock 'n' Roll bestand, angewiesen. Die kleinen Radiostationen gingen mit den kleinen Plattenfirmen eine symbiotische Beziehung ein. Dafür, dass sie zu günstigen Konditionen ein tagesfüllendes Programm zusammenstellen konnten, sorgten sie für die nötige PR der neuen Musik.

Diese Symbiose zwischen unabhängigen Radiostationen und Plattenfirmen ermöglichte die Verbreitung des Rock 'n' Roll unter der Baby-Boomer Generation der Nachkriegszeit. In einem komplexen Prozess sich gegenseitig verstärkender Faktoren wuchs das Marktsegment der neuen

„rebellischen“ Musik so rasch an, dass die Majors ins Hintertreffen gerieten. Die lokalen Radiostationen boten den Plattenlabeln eine Plattform, ihre Produkte der meist jugendlichen Öffentlichkeit vorzustellen, wodurch einerseits die Plattenumsätze stiegen und andererseits die Radiostationen zu höheren Werbeeinnahmen kamen. Diese Werbeeinnahmen gingen den Rundfunknetzwerken verloren, die ohnedies durch die aufkommende Konkurrenz der TV-Stationen zu leiden hatten. Zwischen 1948 und 1952 verzeichneten die US-Radio-Networks einen Einkommensrückgang von 38% (Peterson und Berger, 1975: 165).

Das Beispiel zeigt sehr eindrucksvoll, wie eine ästhetische Innovation in Verbindung mit sozialen, rechtlichen und technologischen Entwicklungen, eine solche zerstörerische Kraft bekommt, dass unverwundbar scheinende Konzerne in kürzester Zeit in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten, weil sich die Industriestrukturen auf ein neues kulturelles Paradigma hin ausgerichtet haben. Dieses bestand von nun an in der Vorherrschaft des Tonträgers als Speichermedium von Musik, das auf einem Massenmarkt für ein vor allem jugendliches Publikum angeboten wird. Dabei werden Supportstrukturen des Marketings, des Copyright-managements und der Distribution den geänderten Bedingungen angepasst. Das blieb nicht ohne Auswirkungen auf die ästhetische Komponente, die in Form der Pop-Musik bis heute in ihren Niederschlag findet. Es steht nicht mehr die Interpretation eines mehr oder weniger populären Musiktitels mehr im Vordergrund, wie das noch in der Swing-Ära der Fall war, sondern die Produktion neuer Musiktitel auf Tonträger. Die Live-Performance der Interpreten zur Promotion. Das Verhältnis zwischen Live-Auftritt und Tonträger hat sich also in der Pop-Musik vollkommen umgedreht.

4.3. Musikanbieter im Internet

Die technologische Entwicklung, die die Digitalisierung und das Internet mit sich gebracht haben, werfen nun die Frage auf, ob die Musikindustrie sich nicht im dritten Strukturbruch ihrer Geschichte befindet. Eine technologische Innovation, nämlich das Internet, die außerhalb der Entertainment-Konglomerate, in deren Besitz sich mittlerweile die meisten der Tonträgerunternehmen befinden, entstanden ist, zeitigt erste Auswirkungen

auf das Tonträgergeschäft. Für das Jahr 2001 berichtet die Tonträgerindustrie auf ihren größten Märkten Umsatzeinbrüche (auf US\$-Basis) von 9,6% (Kanada), 9,4% (Japan), 9,2% (Deutschland), 8,6% (Italien) und 4,5% (USA). Dieser Umsatzeinbruch am weltweiten Tonträgermarkt könnte ein erstes Indiz für einen Strukturbruch in der Musikindustrie sein. Dieser Strukturbruch wird dann eintreten, wenn sich ein neues kulturelles Paradigma etabliert, das die Grundlagen des alten Paradigmas herausfordert. Das bislang in der Tonträgerindustrie geltende Paradigma beruhte auf drei Säulen:

1. die Kontrolle der Verwertungsrechte an der Musik
2. die Marketing-Macht
3. die Kontrolle der Distributionsstrukturen

Die Kontrolle der Verwertungsrechte an der Musik

Im Grund genommen, kommt das Copyright demjenigen zu, der das musikalische Werk schafft. Um es aber kommerziell verwerten zu können, überträgt er das Verwertungsrecht auf einen Musikverlag. Entscheidet nun der Verlag, das Werk nicht zu veröffentlichen, so verliert es seinen ökonomischen Wert und generiert kein Einkommen für den Künstler. Auf diese Weise erfüllt der Musikverlag eine Gatekeeper-Funktion, die ihm die Ent-

Das Verhältnis zwischen Live-Auftritt und Tonträger hat sich also in der Pop-Musik vollkommen umgedreht.

scheidungsmacht über das musikalische Schaffen verleiht. Da aber die großen und bedeutenden Musikverlage Teil der Tonträgerkonzerne sind, überträgt sich die Gatekeeper-Funktion auf diese, wodurch sie die Musikproduktion über das Copyright kontrollieren und regulieren können.

Die Marketing-Macht

Die großen Tonträgerkonzerne versuchen die Marktunsicherheit der Musikproduktion dadurch zu verringern, dass sie ein Informationsmonopol über die Musiker, die bei ihnen unter Vertrag sind,

⁽¹⁾ Der C4-Anteil ist jenes Konzentrationsmaß, mit der Marktanteil der vier größten (z.B. umsatzstärksten) Unternehmen einer Branche gemessen wird. Damit kann festgestellt werden, ob in einer Branche der Wettbewerb eingeschränkt ist und ob ein Oligopol vorliegt. Bei C4-Werten über 50% kann bereits von einem Oligopol gesprochen werden.



verhängen. Sie müssen enorm hohe finanzielle Mittel in PR-Kampagnen für Neuerscheinungen investieren, um ein Image für einen Künstler aufzubauen, das den realen Markterfordernissen entspricht. Als Teil großer Medien-Konglomerate, haben die großen Tonträgerfirmen den Vorteil Synergieeffekte mit konzernerneigenen Medienanstalten zu nutzen. Unterm Strich kann sicherlich gesagt werden, dass viele Musikerkarrieren ohne beträchtlichen Marketingaufwand der Plattenlabel nicht zustande gekommen wären.

Die Kontrolle der Distributionskanäle

Die dritte Säule, auf der die Marktmacht der Musik-Majors beruht, ist die Kontrolle weltumspannender Distributionsnetzwerke. Jeder, der derzeit aktiven fünf Major-Companies verfügt über ein dichtes Distributionsnetzwerk angefangen bei den Verkaufsgagenten bis hin zu Einzelhandelsketten und Plattenclubs. In den meisten Fällen kontrollieren sie die gesamte Distributionskette, wodurch alternative Vertriebswege nur unter größten Schwierigkeiten aufgebaut werden können. Demnach sind die meisten unabhängigen Plattenlabel gezwungen, eine (exklusive) Vertriebsvereinbarung mit den Majors einzugehen, wodurch sie in wirtschaftliche Abhängigkeit von ihrem Vertriebspartner geraten.

Das Neue, das von außerhalb der Industrie kommt, wird zuerst einmal ignoriert, danach bekämpft und, wenn es dann nicht zu spät ist, übernommen.

Durch das Internet werden aber alle drei Säulen, auf denen die Marktmacht der Musik-Majors bislang ruhte, ins Wanken gebracht. Alternative Musikservices umgehen, oft in strafrechtlich relevanter Weise, die Bestimmungen des Copyrights, ohne dass effektive Sanktionen dagegen gesetzt werden können. Manche Internet-Musikservices können aber wie z.B. MP3.com ihren Künstlern höhere Tantiemenzahlungen anbieten als in der Branche üblich. Zusätzlich wäre es für etablierte Superstars möglich, aus dem Vertrag mit den Majors auszusteigen und sich

selbst über das Internet zu vermarkten. Eine Homepage wie „Madonna.com“ wäre wohl leicht für Fans zu finden. Dagegen stehen aber restriktive Plattenverträge, aus denen die Musiker nur unter größten Schwierigkeiten aussteigen können, wie die Fälle von Public Enemy oder Prince belegen. Weiters sind die kleinen Plattenlabel aufgrund des Internets nicht mehr auf die Distributionsstrukturen der Majors angewiesen. Sie können direkt, ohne zwischengeschaltete Handelsstufen, ihren Katalog direkt dem Konsumenten anbieten. Allerdings hat sich noch kein Geschäftsmodell herausgebildet, mit dem der Online-Vertrieb auch kommerziell erfolgreich durchgeführt werden kann. Zudem ist auch im Internet ein großer Marketingaufwand nötig, um die eigene Homepage und die dort promoteten Künstler bekannt zu machen.

Die Musik-Majors kämpfen nun seit geraumer Zeit gegen die Erosion ihrer Marktmacht und stützen sich dabei vor allem auf gerichtliche Klagen wegen der Verletzung des Copyrights durch Musikanbieter im Internet, wie der Fall Napster belegt. Zudem sind die Majors auch dazu übergegangen, erfolgreich Musikanbieter im Internet aufzukaufen, wobei auch die Motivationen, einen lästigen Konkurrenten dadurch loszuwerden, eine Rolle spielen kann. Diese aggressive Vorgehensweise gegen Konkurrenten, die Musik über das Internet vermarkten, erinnert allerdings frappierend an das Verhalten der Musik-Majors gegenüber Einführung des Radios in den frühen 1920er Jahren und gegenüber dem Rock 'n' Roll in den 1950er Jahren.

Dem gleichen Muster wie in den 1920er und 1950er Jahren, folgt die Handlungsweise der Musikkonzerne gegenüber der aktuellen Innovationen. Das Neue, das von außerhalb der Industrie kommt, wird zuerst einmal ignoriert, danach bekämpft und, wenn es dann nicht zu spät ist, übernommen. Wenn sich also die Musikindustrie erneut in einem strukturellen Umbruch befindet, dann werden die, gegenwärtig den Markt beherrschenden, Unternehmen große Schwierigkeiten haben, ihre Marktmacht zu stabilisieren, wenn sie nicht rechtzeitig auf das neue kulturelle Paradigma umsteigen. Das könnte nur dann gelingen, wenn ein ausreichendes Kreativitätspotential in den geltenden kreativen Trajektorien vorhanden ist. Das ist aber zu bezweifeln. Die Ausgestaltung und Handhabung des Copyrights, die standardisierten

Marketingstrategien, die rigide Kontrolle der Distributionskanäle und die vertikale Integration der Musikindustrie, lassen wenig Vielfalt und daher kreativen Spielraum im Sinn unvorhergesehener Verknüpfungen zu.

Zwar wurden erfolgreiche Musikanbieter im Internet wie Napster, MP3.com oder EMusic von Major-Companies (Bertelsmann und Universal) aufgekauft, aber nur halbherzig am Markt positioniert. Die Vorgehensweise erweckt eher den Eindruck, dass die Majors durch die Akquisition lästige Konkurrenten los geworden sind, als dass die als Startpunkt für eine Umorientierung dienen würden. Weiterhin stehen sie in Opposition zu den technologischen Innovationen, wie dem MP3-Standard und noch kämpfen sie mit Klagen wegen Copyrightverletzung gegen Morpheus, Audiogalaxy, Aimster u.a., die die Stelle von Napster eingenommen haben.

Die Zukunft wird zeigen, ob der derzeitige Wandel in der Musikindustrie tatsächlich zu einem Paradigmenwechsel führt, oder ob es den Majors gelingt, das bislang geltende Paradigma, das sich rund um den Tonträger herausgebildet hat, zu stabilisieren und den Weg am konventionell-kreativen Pfad fortzusetzen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Amabile, T. M.** (1982) "Social Psychology of Creativity: A Consensual Assessment Technique". *Journal of Personality and Social Psychology*, 43: 997-1013.
- Amabile, T. M.** (1983) *The Social Psychology of Creativity*. Springer, New York etc.
- Castañer, X. and Campos, L.** (2002) "The Determinants of Artistic Innovation: Bringing in the Role of Organizations". *Journal of Cultural Economics*, 26: 29-52.
- Caves, R. E.** (2000) *Creative Industries. Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press, Cambridge (MA).
- Chapple, S. and Garofalo, R.** (1977) *Rock 'n' Roll is Here to Pay*. Nelson-Hall, Chicago.
- Cloake, M.** (1997) "Management, the Arts and Innovation.", in M. Fitzgibbon and A. Kelly (eds.), *From Maestro to Manager. Critical Issues in Arts and Cultural Management*. Oak Tree Press, Dublin.
- Csikszentmihalyi, M.** (1988) "Society, Culture and Persons. A Systems View of Creativity", in R. J. Sternberg (ed.), *The Nature of Creativity. Contemporary Psychological Perspectives*. Cambridge University Press, Cambridge/UK.
- Csikszentmihalyi, M.** (1995) *Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. Harper Collins Publisher, New York.
- Csikszentmihalyi, M.** (1999) "Implications of a Systems Perspective for the Study of Creativity", in R. S. Sternberg (ed.), *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press: Cambridge/UK.
- Cyert, R. M. and March, J. G. (1963) *A Behavioral Theory of the Firm*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Dosi, G.** (1982) "Technological Paradigms and Technological Trajectories: A Suggested Interpretation of the Determinants and Directions of Technical Change". *Research Policy*, 11(3): 147-162.
- Dosi, G.** (1984) *Technical Change and Industrial Transformation*. Macmillan, London.
- Dosi, G.** (1988a) "Sources, Procedures, and Microeconomic Effects of Innovation". *Journal of Economic Literature*, 26(3): 1120-1171.
- Dosi, G.** (1988b) "The Nature of the Innovative Process", in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds.), *Technical Change and Economic Theory*. Pinter Publishers, London and New York.
- Frey, B.** (1997) *Not Just for the Money. An Economic*





Theory of Personal Motivation. Edward Elgar, Cheltenham and Brookfield.

Frey, B. (2000) Arts & Economics. Springer, Berlin etc.

Garofalo, R. (1997) Rockin' Out. Popular Music in the USA. Allyn and Bacon, Boston etc.

Gillett, C. (1971) The Sound of the City. Sphere Books, London.

Gronow, P. and Saunio, I. (1999) An International History of the Recording Industry. Cassell, London and New York.

Heilbrun, J. and Gray C. M. (1991) "Innovation in Art, Innovation in Technology, and the Future of the High Arts". Journal of Cultural Economics, 17: 89-98.

Heilbrun, J. and Gray C. M. (1993) The Economics of Art and Culture. An American Perspective. Cambridge University Press, Cambridge/UK.

Joas, H. (1996) Die Kreativität des Handelns. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Kuhn, T. S. (1962) The Structure of Scientific Revolutions. 3rd edition 1996. Chicago of University Press, Chicago.

Levitt, B. and March, J. G. (1999) "Organizational Learning", in: J. G. March (ed.), The Pursuit of Organizational Intelligence. Basil Blackwell, Oxford.

Mansfield, E. (1968) The Economics of Technological Change. Longmans, London.

March, J. G. and Simon, H. A. (1958) Organizations. John Wiley & Sons, New York etc.

Nelson, R. R. and Winter, S. G. (1982) An Evolutionary Theory of Economic Change. The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge (MA).

Peterson, R. A. and Berger, D. G. (1975) "Cycles in Symbol Production. The Case of Popular Music". America Sociological Review, 40 (April): 158-173.

Rosenberg, N. (1976) Perspectives on Technology. Cambridge University Press, Cambridge (MA).

Sahal, D. (1985) "Technological Guideposts and Innovation Avenues". Research Policy, 14(2): 61-82.

Schumpeter, J. A. (1912) Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Duncker & Humblot, Leipzig.

Schumpeter, J. A. (1942) Capitalism, Socialism and Democracy. Harper and Row, New York.

Usher, A. P. (1962) A History of Mechanical Inventions. 2nd edition. Harvard University Press, Cambridge (MA).

ÜM, ÜM, ÜM



■ VON HEIMO TRIXNER

■ Was hat sich Neues ereignet/was gibt es zu berichten in den Feldern?

Unterricht & Universität

Themen: Das Metronom:
mein unbestechlicher Freund

Persönliche künstlerische Tätigkeit

- CD-Produktion mit Sharon Anegg (Michel LEGRAND - OFF THE BEATEN TRACK) Info: www.sharon.at
- Musikalische Leitung bei den Sommerfestspielen Feuchtwangen (D),
- Leiter einer Kampfkunstschule in Wien (Karate, Kung-Fu)
Info: www.okinawa-te.de

Welche 3 Unterrichtswerke/Schulen für Dein Instrument erachtest du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. Jerry Bergonzi: Melodic rhythms
2. Hal Crook: How to comp
3. Alle Real-Books

Welche 3 Improvisationskonzepte bzw. Improvisationswerke/Schulen für Dein Instrument bzw. allgemeiner Natur erachtest Du hinsichtlich Deiner Unterrichtstätigkeit für besonders wichtig und interessant?

1. Mick Goodrick: The advancing guitarist
2. Hal Crook: How to improvise
3. Mark Levine: Jazztheorie

Dein Motto/Leitspruch als Lehrer/Pädagoge:
„ÜM,ÜM,ÜM“

Dein Motto/Leitspruch als Künstler/Musiker:
Wann, wo, wie lange, was, wieviel? - bezieht sich natürlich nur auf die Töne. :-)



FACE THE CHANGES

■ DIE MUSIKWERTSCHÖPFUNG IM UMBRUCH

■ VON GÜNTHER WILDNER

■ 1. Situationsanalyse

Die Musikbranche ist im Umbruch begriffen: die Umsätze und Gewinne sinken; damit werden die Verdienstmöglichkeiten für alle Beteiligten schmälert. Insgesamt ist zu beobachten, dass die Wertschöpfungskette „Musik“ (Künstler & Management, Produzent & Studio, Label & Verlag, Vertrieb & Handel, Konsument) nicht mehr wie früher funktioniert; betroffen sind die eben genannten Beteiligten in nahezu allen Musikgenres.

Bestimmend für diese Entwicklung sind neben der allgemeinen wirtschaftlichen Rezession:

- die kostenlose Verfügbarkeit von Musik im Internet (Gratis-Download),
- die Möglichkeit zum Klonen musikalischer Produkte mittels CD-Brennen,
- die verfehlte Repertoirepolitik vieler Labels und Verlage (Schnelldreher statt langfristiges Repertoire),
- die Produktüberschwemmung des Marktes,
- die katastrophale Mediensituation (wenig Platz für Musik, ausschließlich große Themen, Qualitätsanspruch hat nicht Priorität),
- die sinkende Bedeutung und kostspielige Realisierung von Live-Musik (trifft besonders Newcomer & Nischenthemen),
- die finanziell angespannte Lage des subven-

- tionierten Kulturbetriebes (Kürzungen & Einsparungen),
- die Situation im Ton/Bildträgerhandel (Eliminierung des Einzelhandels, (Elektro)Handelsketten führen musikalische Produkte nebenher als Lockangebote und in einer äußerst geringen Produktvielfalt: Megaseller bzw. Hitparadenprodukte),
- das sich verändernde Freizeitverhalten,
- die knapper werdenden Freizeitbudgets der Konsumenten
- der verstärkte Wettbewerb um diese Freizeitbudgets (große Auswahl an Entertainmentmöglichkeiten),
- die sinkende musikalische Bildung (Einsparungen im Schulbereich und die Medien-Monokultur)
- u.v.m.

Das Internet erfüllt zwar die Wünsche nach einer Gratisversorgung mit Musik (Peer2Peer-Anbieter) erfüllt aber (noch) nicht die von Produzentenseite gewünschten Absatzmöglichkeiten (bezahlte Downloads, Online-Vertrieb) mit einer finanziell lukrativen Perspektive. Das Internet ist ein gutes und wichtiges, sehr kreativ einzusetzendes Promotion- und Marketinginstrument, den Handel und den physischen Tonträger wird es noch auf längere Zeit nicht ersetzen können. Zwar wird mit dem Projekt

Internet eine grundsätzliche Demokratisierung des Produktangebotes und seiner Präsentation in der Online-Welt erreicht, eine Chancengleichheit zwischen kleinen und großen Anbietern, bekannten und unbekanntem Künstlern kann damit jedoch nicht hergestellt werden.

2. Die Wege aus der Krise

Ein zentraler Punkt des neuen Planens und Arbeitens im Musikbereich heißt: Kleinere Brötchen backen. Damit geht ein sparsamerer Einsatz von Ressourcen (an den richtigen Stellen!) einher: Mit der verstärkt reflektierten sowie finanziell und inhaltlich sinnvollen Verwendung der Mittel (keine 0815- oder Business-as-usual-Lösungen mehr) kann aufgrund besserer und zielgerichteter Konzepte und Umsetzungen mehr erreicht werden als bisher (Etablierung von Künstlern, finanziell tragbare Vermarktungsmodelle).

Weitere Gebote der Stunde sind Spezialisierung auf Kernkompetenzen, Qualitätsdenken (Originalität und Eigenständigkeit bringen Innovation und Marktchancen) und Marktbeobachtung im Hinblick auf Nischen und Konsumentenbedürfnisse (Musikliebhaber und ihre Musikkompetenz sollen wieder mehr gehört werden und nicht mit der Marketingkeule zum Kauf überredet werden).

Wieder vernünftiges Arbeiten ist gefragt und nicht mehr die Tendenz, mit gigantischen Marketingbudgets einen finanziellen Erfolgsdruck zu erzeugen, der einen positiven Ausgang musikalischer Projekte immer unwahrscheinlicher werden lässt. Die goldenen Jahre der CD und des großzügigen Geldausgebens der Majors, der ausladenden Parties bei Edelmetallverleihungen etc. sind vorbei. Hinsichtlich dieser von der Markt- und Medienentwicklung erzwungenen Situationsänderung ist die derzeitige Krise der Musikbranche durchaus als Glücksfall zu bewerten, denn es muss wieder eine Fokussierung auf das Herzstück des Musikbusiness geben, den Bereich Artist Development.

Im folgenden sollen Chancen in der momentanen Krisensituation sowie zukunftsweisende Umorientierungsmöglichkeiten für die einzelnen Teilnehmer am Musikwertschöpfungsprozess aufgezeigt und analysiert werden.

2.1. Künstler

Künstler müssen ihre Einbußen im Live- und Tonträgerbereich bzw. bei Subventionen anderwärtig

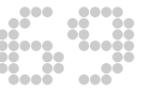
kompensieren. Eine noch effektivere Gestaltung des Einkommensmixes wird notwendig. Hier sind Kooperationen mit anderen Musikern und Komponisten interessant nach dem Motto „Besser wir verdienen gemeinsam ein bisschen etwas als alleine gar nichts“. Kooperationen mit Künstlern anderer Kunstrichtungen sind ebenfalls noch ausbaufähig. Freilich kann und muss vielfach eine Umorientierung im Einkommensmix ein Ausweichen in branchenfremde Betätigungen bedeuten, was im Sinne professionellen Arbeitens im Kulturbetrieb definitiv nicht wünschenswert ist.

Künstler müssen ihre Einbußen im Live- und Tonträgerbereich anderwärtig kompensieren.

2.2. Management

ManagerInnen sind als Bindeglied zwischen den am Produktionsprozess beteiligten Personen und Firmen mehrfach von der wirtschaftlichen Situation der Branche abhängig. Noch dazu möchten und müssen die einzelnen Mitspieler in der aktuellen Entwicklung verstärkt an den Einnahmen der anderen Musikbusinesspartner partizipieren: Plattenfirmen möchten Verlags- und Merchandisingrechte, um Produktion und Vermarktung von Künstlern finanzieren zu können, gleichzeitig müssen Managements, die keinesfalls von den Beteiligungen an der Live-Tätigkeit des Künstlers ein Auslangen finden, sich an z.B. den Tonträgerverkaufslizenzen von Künstler u/o Label verstärkt schadlos halten: Hier wird der umkämpfte Kuchen extrem klein. Konzentrationserscheinungen bzw. die Zusammenlegung von Label-, Verlags- und Managementagenden unter einem Dach sind daher bereits seit einigen Jahren zu beobachten.

Angesichts der heutigen Verhältnisse wird die Finanzierung eines Künstlermanagements immer prekärer. Dazu kommt, dass Künstlermanagement sowohl inhaltlich als auch finanziell nur mit einer mittel- und langfristigen Perspektive sinnvoll ist, aber genau diese Künstler und Projekte schaffen es immer weniger, sich am Markt und in den Medien durchzusetzen. Kurzfristig angelegte Projekte wie





z.B. Castingacts, die über TV-Kooperationen groß gemacht werden, sind aufgrund enorm hoher Marketingkosten der Labels und der immer wieder festzustellenden Künstlerausbeutung für viele Managements weder finanziell noch inhaltlich attraktiv. Hier können nur lukrative Beteiligungen an Lizenzen aus TV-Rechten und Merchandising ein Management finanzieren.

Erfolgversprechende Strategien von Managements können daher in einem sorgfältigen Aufbau von Qualitätskünstlern liegen, die mit sinnvollen und finanzierbaren Forderungen an geeignete Musikbusinesspartner herangeführt werden. Newcomer im Feld Künstlermanagement fassen nur sehr schwierig Tritt in der Branche, weil sie sich in der Künstleraufbauphase noch nicht von bereits etablierten Acts aus dem eigenen Haus finanzieren können.

Erfolgversprechende Strategien von Managements können in einem sorgfältigen Aufbau von Qualitätskünstlern liegen...

2.3. Produzenten

Produzenten müssen aufgrund der Entwicklungen in der Tonträgerbranche tendenziell mehr auf Risiko produzieren als bisher, weil die Labels in der Regel nur mehr fertige Produktionen einkaufen (weniger Arbeit für die Plattenfirma!) und nicht mehr A&R-Arbeit im herkömmlichen Sinn leisten wollen (Talenterkennung, Zusammenstellung eines Teams mit Künstler, Musikern, Produzent, Management, Booking Agentur und anschließende Auftragserteilung an den Produzenten). Wird für kleinere Labels und kleine Budgets produziert, steht sehr schnell der Verdienst des Produzenten in einem Missverhältnis zu seinem betriebenen Aufwand, denn von Labelseite wird trotz eines finanziell engen Korsetts international konkurrenzfähiges Material erwartet und verlangt. Produzenten müssen den Mehrwert ihrer Leistungen/Ressourcen sowie ihres Know-hows überzeugender vermitteln als bisher, weil der finanzielle Rahmen für die Musikproduktion von Plattenfirmenseite kleiner wird und die Kosten für Musikaufnahmen im semiprofessionellen und teil-

weise auch im professionellen Bereich sinken (Technologieentwicklung bei Recording Equipment und Musikproduktionssoftware).

Produzenten bringen sich in Krisenzeiten verstärkt in Netzwerke und kreative Innovationszellen ein (z.B. ein Studio mit freien Produzenten, gut betreuter Edition und hausinternen oder kooperierenden Promotion- und Managementfirmen), um unter Einbringung ihrer A&R-Kompetenz komplette und erfolgversprechende Produktionen mit tragfähigen Vermarktungskonzepten und Teams bei den Tonträgerfirmen unterbringen zu können.

2.4. Studios

Bei den Studios und ihren Betreibern sind ähnliche Überlegungen, Ausrichtungen und Zusammenschlüsse wie bei den Produzenten zu beobachten. Insgesamt muss ein tragfähiger Mix aus Tätigkeitsfeldern und Einkunftsquellen gefunden werden, um die Etablierung und die Weiterentwicklung eines Studios zu gewährleisten. Dieser Mix bezieht sich einerseits auf die Aufteilung in Produktions- und Dienstleistungsstudio, andererseits auf eine Mischung zwischen Musik- und Werbeproduktionen sowie Bearbeitungen für TV und Film.

In der Nutzung neuer Technologien ist der Weg eines verstärkten Qualitätsmanagements der Studios über das Angebot von Recording, Mixing und Mastering hinaus denkbar: DVD-Audio, SACD, Multichannel, Surroundformate wie DVD-5.1 (hörbar über Kopfhörer, DVD A/V, SACD, Audio-Snippets und High-Resolution-Recordings) u.v.m. sind das Gebot der Stunde sowie jene Tätigkeitsfelder, wo Studios ihre Qualität, Kompetenz und Innovationsbereitschaft unter Beweis stellen können. Angesichts dieser Technologien werden Klangprofis, die Erfahrung, Technik und Gefühl für Sounds in sich vereinen, wieder mehr gefragt.

Weiters konzentrieren sich Studios gezwungenermaßen auf eine sehr zielgerichtete und gleichzeitig innovative A&R-Politik. Wieder Emotionen und musikalische Kreativität aufs Band zu bringen, ist ein zentrales Gebot der Stunde. Die Stars von morgen kommen in der Regel nicht mehr aus den Majorwerkstätten, sondern aus kleinen, aber feinen, innovativen Produktionszellen. Studios können und wollen verstärkt ein Ort der Begegnung werden – nicht nur für Musiker, sondern gleichfalls für Businessleute und Ideen.

2.5. Labels und Vertriebe

Die seit zwei bis drei Jahren rückläufige Entwicklung des Musikmarktes trifft Majorfirmen genauso wie Independents. Ähnliche Reaktionen darauf sind bei allen Firmen – ob groß oder klein – zu beobachten. Die Produktvielfalt bzw. der Artist roster werden eingeschränkt. Firmenstrukturen werden analysiert und im Sinne von Synergien und Einsparungsmaßnahmen reformiert, dabei werden Arbeitsplätze abgebaut. Die Majors gehen vom Gießkannenprinzip (viele Veröffentlichungen für viel Umsatz) auf ein „Weniger-ist-mehr-Prinzip“ über, d.h. sie konzentrieren sich auf weniger Themen/Künstler als bisher. So sollen die Verluste in den Bereichen Compilations- und Singleverkäufe durch verstärkte Backkatalogausbeutung und DVD-Absätze, besonders aber über die Durchsetzung neuer, im besten Falle international zu verkaufender Künstler ausgeglichen werden. Mittel- und langfristige Repertoirepolitik sind wieder gefragt. Ob den großen Tonträgerfirmen, die in weltumspannende, börsennotierte (Entertainment)Konzerne eingebettet sind (Vierteljahresabrechnungen und monatliche Forecasts bestimmen die Entscheidungen und setzen die Verantwortlichen unter Druck) der Spagat zwischen schnellen Umsatzzahlen und inhaltlichem Qualitätsmanagement gelingt, wird sich erst zeigen. Für Independents sind Vertrieboptimierungen (physisch und online), maximale Nischenerschließung, Produktinnovation, Markenmanagement, neuartige Finanzierungen und wirtschaftliche Kooperationen die Themen der Stunde.

Insgesamt steht die Tonträgerbranche vor einer Menge ungelöster Aufgaben. Bei folgenden Themen sind rasche Veränderungen und Lösungen anzustreben.

2.5.1. Produktentwicklung und -diversifikation

Eine Attraktivitätssteigerung des Produktes CD im Sinne einer Mehrwertsteigerung für den Konsumenten, der vom unbezahlten Internetdownload und CD-Brennen abgehalten werden soll, ist unbedingt notwendig. Folgende Strategien werden u.a. angewandt: Ansprechend designte Booklets mit Songtexten, Hintergrundinformationen, Fanclubgoodies & Zugangscodes für geschützte Homepagebereiche des Künstlers, Codes für Ermäßigungen bei anderen CD-Produkten u.v.m.

Weiters geht es um die Etablierung und Nutzung neuer und innovativer Formate wie mp3 als CD oder Mini-Disc (enorme Steigerung der verfügbaren Titel, Aufbau privater Musikbibliotheken), Custom-CD (Wunschzusammenstellung des Kunden wird geliefert), DVD und Kombinationen aus

Eine Attraktivitätssteigerung des Produktes CD im Sinne einer Mehrwertsteigerung für den Konsumenten ist unbedingt notwendig.

Audio-CD, CD-ROM und DVD (trotz noch bestehender Formatverwirrung der Zukunftsmarkt aus heutiger Sicht), Two-Track-Single-CD (billigeres Singleformat ohne Remixes), 8-Track-LP-CD (billigeres Longplayformat um ca. 10 Euro.-), etc.

2.5.2. Verringerung des CD-Preises

So eng auch heutige CD-Produktionen und ihre Vermarktung kalkuliert sind, der Konsument ist immer weniger bereit, zwischen 15.- und 20.- Euro oder mehr für eine CD zu bezahlen. Aktuelle Studien belegen, dass ein CD-Preis von ca. 10.- Euro das Kaufverhalten der Konsumenten erheblich stimulieren würde und das alternative Gratis-Beschaffen von Musik bei weitem unattraktiver werden ließe. Aufgrund der bestehenden Praxis von Download und Brennen aber kommt die Industrie massiv unter Druck. Das trifft in weiterer Folge die Künstler/Musiker, Studios und Produzenten (Audio und Video), bei denen die Labels neben der Absenkung der Marketing- und Promotionkosten den Hebel für Einsparungen ansetzen. Wie die Schere zwischen sinkenden Umsätzen und der Notwendigkeit, die CD-Preise zu verringern, geschlossen werden kann, ist eine der brennendsten ungelösten Fragen in der Musikwertschöpfungsdiskussion.

2.5.3. Promotionvorlaufzeiten

Die Single steckt besonders in der Krise. Hier verzeichnet die Industrie die stärksten Einbrüche. Mit schuld daran ist die Praxis der enorm langen Promotionvorlaufzeiten. Viele Wochen vor der Veröffentlichung wird die Radiosingle bereits an



die Sender verschickt. Diese versprechen sich eine höhere Kundenbindung, besonders wenn ein Sender den Track für einen bestimmten Zeitraum exklusiv bekommt – die Hörer sollen das Radio aufdrehen, weil der Song im Handel noch nicht erhältlich ist. Viel zu oft schafft dieses Spiel jedoch eine unnötige Unzufriedenheit bei den Kunden, die die Musik aus dem Radio nicht erwerben können. Eine Umgehung dieses Problems erfolgt durch den Download aus dem Internet. Ausser den Radios, die sich mit Exklusivtrailern überbieten, gibt es nur Verlierer. Folglich wird der Ruf laut, elektronische Medien sollen gefälltigt für ihren Content bezahlen.

2.5.4. Neues Image der Musikindustrie

Die Musikindustrie hat ein gewaltiges Imageproblem. In der Öffentlichkeit wird zumeist aus Unwissenheit die Differenz zwischen den Künstlerlizenzen (10-15%) und dem Ladenverkaufspreis für eine CD dem Label zugerechnet. Das entstehende Image von der Ausbeutungsmusikindustrie, das die Branche seit ihrer Entstehung begleitet, wurde in den letzten Jahren durch Praxis und Auftreten (Firmenpaläste; astronomische Gehälter, Pensionen, Prämien und Abfindungen zumeist für das Top-Management, überzogene Vorschüsse für Superstars etc.) der Majors selbst verschuldet und verhärtet. Diese Entwicklungen konnten bis zum heutigen Tag – aktuelle Beispiele belegen es – nicht glaubhaft ausgemerzt werden. Hinzu kommt, dass die Industrie in den Augen der Öffentlichkeit und der Medien den Konsumenten durch ihre Anstrengungen auf dem Gebiet des Urheberrechts und des Kopierschutzes kriminalisiert und in seinen Rechten beschneidet. Das mag zum Großteil nicht stimmen und neben den eigenen Interessen der Industrie zentral zum Schutz der Urheber und Interpreten durchgeführt werden: allein die öffentliche Meinung konnte noch nicht in diese Richtung beeinflusst werden. Die PR-Arbeit der Tonträgerindustrie im Sinne einer Aufklärung hinsichtlich Wert und Wertigkeit von Musik ist bis jetzt leider auch nicht allzu glücklich verlaufen (siehe Kampagne „Copy kills Music“ und Initiative „Copy Control“ der IFPI mit Logoauszeichnung für kopierschutzgeschützte CDs).

2.5.5. A&R-Kompetenz

Die A&R-Arbeit bei den Majors wird immer schwieriger bzw. schlechter, weil die Strukturen und

Vorgaben einem gesunden Künstleraufbau zumeist diametral entgegenstehen. Wenn ein Produkt gebraucht wird, das schnell und möglichst gewinnbringend über Radioairplay, Videos auf MTV und Viva sowie diverse Medienkooperationen verkauft werden kann, dann wird kreative A&R-Arbeit unnötig, denn die „Medienslots“ geben die Richtung vor (auf deutsche Verhältnisse im TV-Bereich bezogen gibt es Chancen für Teenie-Pop und Schlager/volkstümliche Musik) und entsprechend der Platzierbarkeit wird ein fertiges Produkt angekauft. Da es so nicht weiter gehen kann, weil auch diese Produkte nicht mehr genug Umsatz bringen, muss eine Rückbesinnung auf den mittel- und langfristigen Künstlerlaufbau erfolgen – der muss freilich aus genannten Gründen außerhalb der Majoreinheiten stattfinden. Auf gewisse Genres spezialisierte, oftmals als Joint Ventures geführte Kleinlabels bauen relevante Künstler auf und nutzen den Apparat der Majorfirma für Vermarktung und Vertrieb. Es erfolgt eine Schärfung der Kernkompetenzen, der extrem arbeitsteilige Prozess der Musikproduktion wird unter Verwendung der besten Köpfe in den jeweiligen Bereichen zu maximieren versucht.

Auf diese Weise kann ein neues Bündnisangebot der Industrie an die Künstler formuliert werden, das nicht nur heiße Luft bleibt, sondern zu einer neuartigen Zusammenarbeiten in einem schwierigen Markt einlädt. Freilich sollte die Einladung auch von den Medien ausgehen, erzwungen (siehe Quotendiskussion) oder im besten Fall freiwillig, denn ohne Öffentlichkeit werden neue, relevante Projekte der Musikindustrie kein Publikum und keine Käufer finden.

2.5.6. Zusammenarbeit mit dem Handel, innovative Verkaufsstrategien

Die Musikindustrie muss den Handel erhalten, weil der physische Content-Träger weiter bestehen wird. Sie muss dafür neuartige Kooperationen und Geschäftsmodelle mit dem Handel suchen und etablieren und diesem über eine breit gestreute, innovative und qualitätsorientierte Produktpolitik die Möglichkeit zur Weiterentwicklung und zum Überleben an die Hand geben. Sie muss innovative, vertrauensbildende und erfolgsorientierte Maßnahmen und Konzepte glaubwürdig in Richtung Produktionsseite (Künstler, Produzenten, ...) und Handel anbieten.

2.6. Verlage

Zunächst wird ein satter Vorschuss gezahlt, dann hofft man, dass sich die Investition über verschiedenste Verwertungsmöglichkeiten und im Laufe der Jahre wieder einspielen lässt – und im besten Fall ein „Mehr“ erwirtschaftet. So funktioniert die oft beobachtete Verfahrensweise der Majorverlage: Für den Künstler heißt das im schlechtesten Fall, dass er zwar über einen gewissen Zeitraum seine Miete zahlen kann, jedoch damit sein geistiges Eigentum einem behäbigen Moloch anvertraut hat, der dieses nicht mehr herausgibt und im Fundus seiner abertausenden Kompositionen und Texte tatenlos verkommen lässt.

Das andere Modell ist der kleine Independentverlag, der zwar keine Vorschüsse zahlen kann, jedoch mit einigem verlegerischen Geschick und Glück die Karriere des Künstlers Schritt für Schritt vorantreiben kann: Hier steht eine engagierte und aktive Arbeit zur Rechteverwertung an aller erster Stelle.

Diese Modelle erstens der „Bank“ (nicht verrechenbare Vorfinanzierung) bei Majorverlagen und zweitens des „Teamplayers“ (qualifizierte Arbeit statt Vorschuss) bei Independents werden auch weiter bestehen. Im Zuge der schwierigen Marktsituation wird eine Verbesserung und weitere Professionalisierung der Serviceleistungen von Verlagen weiter voranschreiten. Daneben ist eine Erweiterung der Verlagsagenden und Tätigkeitsfelder aufgrund der fortschreitenden Technologisierung zu beobachten:

Beim Thema „Klingeltöne“ wurde 2001 erstmals für die Rechte der Urheber gekämpft. Die folgenden Fragen wurden nicht nur von den Verlagen, sondern auch von den Gerichten mit einem eindeutigen „Ja“ beantwortet: Ist sowohl das mechanische Recht als auch das Aufführungsrecht betroffen? Existiert eine Bearbeitung, die genehmigungspflichtig ist?

Auf der Basis und ab dem Zeitpunkt dieser Judikatur konnten die Urheber der Klingeltonkompositionen mit Lizenzen bedacht werden, wobei die Urheber ihre Zustimmung zur Klingeltonnutzung/-bearbeitung ihres Werkes geben müssen. Ein neuer Verwertungszweig für Verlage ist entstanden, weitere werden folgen.

2.7. Handel

Der Tonträgerfachhandel ist seit vielen Jahren im Schwinden begriffen. Die Konkurrenz der großen Märkte und Ketten, die Ton/Bildträger en gros,

vielfach als Lockangebote für den Besuch ihres Geschäfts und in einer unüberbietbar eingeschränkten Produktstreuung anbieten, ist stark und übermächtig. Bei den Chartsthemen sind Fachhändler weder im Preis noch beim Absatz in Stückzahlen konkurrenzfähig. Der Mehrwert der fachlichen Beratung ist sehr schwer zu kommunizieren, noch schwieriger ist er in bare Münze umzusetzen.

Die Problematiken des CD-Brennens und des Gratis-Downloads treffen den Handel als letzten der Wertschöpfungskette naturgemäß hart, besonders aus den Gründen der Nicht-

Bei den Chartsthemen sind Fachhändler weder im Preis noch beim Absatz in Stückzahlen konkurrenzfähig.

Kompensierbarkeit dieser Ausfälle (Leer-CDs etc. werden primär in den großen Elektromärkten abgesetzt, bezahlte Downloadangebote kommen den Labels oder Internet Providern zugute). Zudem können Lager- und Präsentationsräumlichkeiten mit der steigenden Produktvielfalt nicht Schritt halten – der Konsument möchte jedoch verständlicherweise eine möglichst breite Palette an Musikprodukten hören, sehen und antesten können. Einzig die Spezialisierung auf Nischen verbunden mit dem unaufwendigen Absatz von Chartsprodukten, Compilations, Best-Ofs etc. ermöglichen manchem Fachhändler noch das Überleben. Die zunehmende Konkurrenz des Handels mit den legalen Onlineangeboten der Tonträgerindustrie birgt weiteren Konfliktstoff und verlangt nach raschen, effektiven Lösungen. Doch wird der Prozess für eine neue Balancefindung und Aufgabenverteilung von Industrie und Handel Jahre dauern. Bis dahin werden sich einige der heutigen Probleme von selbst erledigt haben: Neue Fakten schaffen neue Realitäten.

Sollten sich die großen Märkte aufgrund zunehmender Unrentabilität des CD-Geschäfts aus dem Handel zurückziehen, heißt das noch lange nicht, dass der Fachhandel prosperieren wird. Zu viele unkalkulierbare Faktoren spielen in diesem Prozess eine Rolle, als dass man halbwegs sichere Prognosen für den Ausgang dieser Entwicklung wagen könnte.





3. Ausblick

Gesamtgesellschaftlich und -wirtschaftlich gesehen ist der Trend zur Gratisnutzung von Kultur, Entertainment und Medien ungebrochen, jedoch beginnt das System unter dem Druck der aktuellen Situation zu kippen, d.h. ein großer Teil der Marktteilnehmer wird - das sehen nun alle Beteiligten deutlich - nicht überleben.

Neben den konjunkturellen Gründen sind die Gratisverfügbarkeit über Internet („Warum soll ich eine Zeitung kaufen, wenn sie kostenlos im Internet

Der Trend zur Gratisnutzung
von Kultur, Entertainment und
Medien ist ungebrochen.

zur Verfügung steht?“) und die selbstverschuldete Abwertung von Inhalten und Produkten an dieser Entwicklung wesentlich beteiligt. Wenn z.B. Informationen im Sinne des Infotainments nur auf ihren Auffälligkeits- und kurzfristigen Unterhaltungswert reduziert werden, dann verlieren sie nur allzu schnell Qualität, Wertigkeit, Relevanz und damit die Eckpfeiler ihres zu bezahlenden Tauschwertes. Die momentan schwächelnde Werbewirtschaft findet immer weniger werbeplanerisch brauchbare Medien vor. Daher schaffen sich die paar wenigen finanzkräftigen Auftraggeber ihre Medien selber (private Medien) oder diktieren den öffentlich-rechtlichen Medien ihre Bedingungen („Ich will für meinen jährlichen Werbeetat eine Sendung mit der Zielgruppe 14-29 im Format: Quiz, Talk, Reality, etc.“). Alle gemeinsam (v)erziehen mit diesen Methoden Konsumenten, bringen sie dazu, sich von Wirtschaft, Politik und Medien gegängelt zu fühlen und erschüttern ihr gesundes Einschätzungsvermögen von Realität und Fiktion, Qualität und Banalität, finanziellem Wert und persönlicher Wertigkeit.

Der Bereich der Kultur hat derzeit mit seinen ideellen Zielen und Inhalten sowie den erforderlichen Rezeptionsvoraussetzungen schlechte Karten. Die Kultur-, Entertainment und Medienindustrie verliert an allen Enden Partner und Konsumenten. Ein Rückgängig-Machen ist unmöglich. Eine Umkehr und Neuausrichtung kann nicht mehr durch kurzfristige Kursänderungen erreicht, sondern nur in Form einer grundsätzlichen und

langfristigen Neuorientierung menschlichen Lebens und Handelns in der heutigen Konsum- und Medienwelt erarbeitet werden. Kunst und Kultur sollen dabei zum Alltag gehören sowie selbstverständlich und im besten Sinne (zu bezahlendes) „Lebensmittel“ für jeden sein.



AUTOREN- VERZEICHNIS

Die Autoren sind Lehrende oder freie bzw. kooperierende Mitarbeiter des Instituts für Populärmusik der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien.

Elfi Aichinger unterrichtet Gesang, ist freischaffende Sängerin und Komponistin.

Andreas Felber ist freiberuflicher Musikjournalist mit den Kernbereichen Jazz, Moderne E-Musik, Crossover zwischen komponierter und improvisierter Musik; Doktorat über die Wiener Free-Jazz-Avantgarde.

Martin Fuss unterrichtet Saxophon, ist freischaffender Musiker und Komponist.

Andreas Gebesmair ist freischaffender Musiksoziologe, internationale Forschungsaufträge.

Franz Hautzinger unterrichtet Ensemble, Komposition und Arrangement, freischaffender Musiker und Komponist, besonders im Avantgarde- und Crossoverbereich.

Harald Huber, stellvertretender Institutsleiter des Instituts für Populärmusik und Leiter des wissenschaftlichen Bereiches, unterrichtet Geschichte, Theorie und Didaktik der Populärmusik.

Michael Huber ist Lehrbeauftragter am Institut für Musiksoziologie, Schwerpunkte seiner wissenschaftlichen Tätigkeit sind Elektronische Musik, Populärmusik in Österreich u.a.

Martin Kelner unterrichtet Akustikgitarre, lebt als freischaffender Musiker in Wien.

Heribert Kohlich unterrichtet Klavier, lebt als freischaffender Musiker in Wien.

Stefan Jeschek, Leiter des Instituts für Populärmusik, unterrichtet Gitarre und Ensemble.

Albert Kreuzer unterrichtet E-Bass und Kontrabass, lebt als freischaffender Musiker und Komponist bei Tulln/NÖ.

Willi Langer unterrichtet E-Bass, lebt als freischaffender Musiker und Komponist in Krems/NÖ.

Arnoldo Moreno unterrichtet Akustikgitarre,

lebt als freischaffender Musiker in Wien, reist als Pädagoge und Kulturbotschafter in Sachen Musik um die Welt.

Wolfgang Peidelstein unterrichtet Gitarre, lebt als freischaffender Musiker und Komponist in Wien.

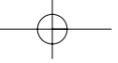
Herbert Pichler unterrichtet Klavier, lebt als freischaffender Musiker und Komponist in Wien.

Alfred Smudits unterrichtet am Institut für Musiksoziologie, lebt als freischaffender Kultursoziologe und Generalsekretär des Instituts „mediacult“ in Wien.

Peter Tschmuck unterrichtet am Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaften.

Heimo Trixner unterrichtet Korrepetition für Schlagzeuger, lebt als freischaffender Gitarrist und Komponist in Wien.

Günther Wildner lebt als freiberuflicher Musik- und Kulturmanager in Wien, Gründer und Inhaber der Agentur „Wildner Music“: Artist Development und Dienstleistungen im Musikbusiness.



notizen

