

## Schweizer Rock- und Popmusik 2006: Nun freut euch endlich!

Von Raphael Zehnder, Die WochenZeitung, 2.6.2006

In der Musikbranche sind Feindbilder en vogue: Die «Majors», die Grossfirmen, produzieren laut Freunden konzernunabhängiger Musik einzig aus kaufmännischen Beweggründen, und zwar nur massentaugliche Ware von hinlänglich bekannten Superstars. Die naiven «Indies», die unabhängigen Firmen, geben laut «Majors» viele unverkäufliche Nischenprodukte heraus und können schlecht rechnen. Musiker ärgern sich über «die Medien»: Sie tragen die Schuld daran, dass ihre Arbeit nicht angemessen oder gar nicht besprochen und gesendet wird. Musiker lästern zudem gerne über die «Majors», bis sie einen Vertrag mit ihnen unterschreiben. Hinterher jammern sie, weil sich ihre finanziellen Hoffnungen nicht erfüllt haben. Hörer kritisieren, die Radios spielten nur Mainstream, zu wenig oder zu viel Einheimisches, zu wenig Innovatives, zu viele Experimente, zu wenig Rap, zu viel Rap, zu wenig Dialekt, zu viel Dialekt. Die Musikindustrie kämpft gegen die Raubkopierer, die Raubkopierer wollen die Musik gratis herunterladen und verachten die Musikindustrie, die die Stücke herstellt, die sie kopieren, und das Urheberrecht. Der Fachhandel geisselt die Musiksupermärkte, die ihm mit Billigpreisen zusetzen. Der Fachhandel ist zu teuer, sagen Konsumenten. Das unübersichtliche Riesenangebot treibt Musikfreunde zum Kaufen ins Netz, weil der Fachhandel sich kein umfassendes Lager leisten kann ... Das Lamento ist unendlich. Jeder jammert über den andern, der gegen seine Interessen verstösst und sich borniert und unbelehrbar verhält. Alle wissen alles besser. Einfach ist es nicht für die Akteure auf dem Musikmarkt. Aber einfach war es nie. Lobbyarbeit in Ehren, sie ist nur natürlich. Aber Jammern hilft nichts. Und zum Glück jammern nicht alle, viele tun etwas, und ihre Anstrengungen tragen Früchte.

Beschränken wir uns auf die einheimische Musik, im Fachjargon das «nationale Repertoire». Im Jahr 1994, für die Schweizer Musik ein gutes (Züri West, Gotthard, Sina, Patent Ochsner), erreichten nach Informationen des einschlägigen Internetmagazins «[Swiss Music News](#)» 16 Schweizer Singles und 27 Longplays die ersten 50 der Schweizer Hitparade, was insgesamt einem Hitparadenanteil von 10.1% entsprach. Im Rekordjahr 2004 (Plüsch, Züri West, QL, Sektion Kuchikäschtli) waren es 39 Singles, 59 Longplays und 12%. 2005 ist der Anteil ähnlich geblieben (30 Singles, 63 Longplays, 10.9%), was Frank Hänecke von «Swiss Music News» so kommentiert: «Von Branchenbeobachtern wird dies einerseits als Konsolidierung vermerkt – denn das Erreichte war demnach kein Strohfeuer. Andererseits klingt leise Enttäuschung durch, dass es dieses Jahr nicht erneut zu einem Nachfrageschub gekommen ist, denn das Potential der heimischen Musik ist vorhanden». Und Hänecke setzt das Schweizer Ergebnis von 2005 in den internationalen Zusammenhang: «Überall schwinden die Musikumsätze; Stagnation im lokalen Repertoire ist so gesehen bereits ein Gewinn». Der Umsatz der Schweizer Musikbranche, in der laut dem Verband der Schweizer Tonträgerunternehmen IFPI Schweiz, immerhin über 30'000 Personen ihr Auskommen finden, ist seit dem Jahr 2000 um 32% geschrumpft, von 312 Mio. Fr. auf geschätzte 212 Mio. Fr. im Jahr 2005. Über die Gründe dafür wird aus der jeweiligen Warte geurteilt: Durch illegales Kopieren verliere die Branche jährlich über 25 Mio. Fr., in den vergangenen drei Jahren seien im Land deswegen 600 Arbeitsplätze verlorengegangen, sagt die IFPI Schweiz. Die Plattenindustrie habe die technologische Entwicklung verschlafen, langweile mit ihrem Mainstream und versuche, sich an den Raubkopierern schadlos zu halten, schallt es zurück. Tatsache ist: Artikel 19 des Urheberrechtsgesetzes besagt, dass man veröffentlichte Werke zum Eigengebrauch verwenden darf, wobei Eigengebrauch die Werkverwendung «im persönlichen Bereich und im Kreis von Personen, die unter sich eng verbunden sind» bedeutet. Und: Das Angebot an legalen Downloadbörsen ist im Wachsen begriffen. Und: Wer sich in den CD-Läden umsieht und umhört, wird feststellen: von Langweile keine Spur, erst recht nicht beim Angebot an

einheimischer Musik. Dasselbe gilt für den Veranstaltungskalender: Die Gelegenheiten, gute Konzerte zu hören, sind zumindest in den Städten zahllos.

Jammern liegt wohl in der menschlichen Natur. Aber es nervt. Denn vor lauter Krisennachrichten, kulturpessimistischer Galle und Industrieschelte geht das Wichtigste unter: die Musik – und die Leute, die sie schaffen und verbreiten. Die Vielfalt der Schweizer Musik ist immens.

Freut Euch! Zum Beispiel an «Voodoo Rhythm». Das Garagenlabel von Reverend Beat-Man Zeller aus Bern, hat sich mit seinem charakteristischen Sound eine klar definierte Identität geschaffen. Beat-Man gibt etwa seine eigenen Platten heraus, die seiner Band «The Monsters» und die der Genfer «Dead Brothers», die sich treffend als «Beerdigungsband» bezeichnen. Freut Euch an Benno Riedmann und seiner Equipe von «Leech\*Redda». Sie kümmern sich seit 1996 von Zürich aus intensiv um die Verbreitung von Punk und Ska. Freut Euch an den Erfolgen des Rap-Labels «Nation Music» und des Berner Hip-Hop-Kollektivs «Chlyklass», an «Coffee», dem Einsteigerlabel des Migros-Kulturprozents, an «Dala Productions», dem Eigenverlag des Winterthurer Rock'n'Rollers Admiral James T. Kleine und kleinste Labels kennzeichnen die Szene. Auch die Kulturförderung hat unlängst erkannt, dass Labels im Rock und Pop wichtig sind: Das Migros-Kulturprozent unterstützt dieses Jahr erstmals einige Labels, die seit 2004 oder länger existieren und mindestens 4 CDs produziert haben. Die Zahl der Kleinlabels ist in den letzten Jahren gestiegen, ihre Inhaber betreiben sie oft nebenberuflich, was nicht grundsätzlich von übel ist: So lässt sich der wirtschaftliche Druck vermeiden, rentieren zu müssen – und bloss um des Geldes willen zu produzieren. Begeisterung ist der wesentliche Antrieb. Und die Begeisterung ist bei allen kleinen Labels zu spüren. Auch bei vielen Firmen, die die Musik schliesslich unter die Leute bringen, schlägt das Herz für die Musik, etwa bei der traditionsreichen Musikvertrieb AG, deren Tonträgerabteilung unter neuer Leitung zu Hochform aufgelaufen ist. Auch Phonag, Sound Service, RecRec, TBA, Namskeio, COD-Tuxedo leisten viel. Wer sich über die internationalen Grossfirmen ereifert, also über EMI, Warner, SonyBMG und Universal, vergisst erstens, dass es sehr gute andere Adressen gibt, und zweitens, dass auch die «bösen» Grossen sich nicht nur um Robbie Williams, Madonna, Rolling Stones, Coldcut und «S'bescht Mundart Album wo's git» kümmern: Vertriebsverträge zwischen unabhängig produzierenden Schweizer Bands und Labels und Grossfirmen werden immer häufiger. Zwar trifft der Einwand zu, die unabhängigen Firmen, ja die Schweizer Musik insgesamt, erzielen höchstens landesweite Wirkung. Hinsichtlich der Beschränktheit des Aktionsradius ist die Schweiz jedoch kein Sonderfall: In anderen Ländern schaffen es nicht mehr Musiker über den nationalen Rahmen hinaus. Selbst von der Produktion der USA und Grossbritanniens gelingt nur einem Bruchteil der internationale Durchbruch. Dass die Schweiz ein kleines Land ohne weltweites Gewicht ist, trifft zwar zu, dient aber oft als Entschuldigung für die eigene Lethargie oder als Ausdruck von Selbstmitleid. Kein Land – zumindest im Nordwesten des Planeten – ist popmusikalisch besser gebettet als ein anderes. Allen geht es gleich.

Das Angebot im Land ist gross, breit und gut: an Bands und Konzertlokalen und – der Krise des Handels zum Trotz – an CD-Läden. Zudem werden die elektronischen Vertriebswege rege genutzt, zum Beispiel [cede.ch](http://cede.ch) und [phontastic.ch](http://phontastic.ch), das Bestellportal mit den Schweizer Produktionen. Und mittlerweile sind Pop und Rock sogar hochschultauglich: Die Hochschule Musik und Theater Zürich bietet ab Oktober 2006 erstmals, die Hochschule der Künste Bern schon seit einem Jahr Ausbildungsgänge in Popmusik an, sie sind hauptsächlich musikalisch ausgerichtet, vermitteln indes auch das Drum-und-Dran des Musikgeschäfts. Die HdK Bern bietet darüber hinaus ein Nachdiplomstudium «Musik-Management». Zusammen mit den florierenden Kulturmanagement-Lehrgängen der Fachhochschulen dürfte dies die Professionalisierung der einheimischen Rockmusik weiter vorantreiben. Obwohl, ehrlich gesagt, der Dilettantismus seinen Charme hat.

Selbst verflozene Bands verblassen nicht mehr in der Erinnerung, obwohl die alten Platten längst in den Keller oder ins Brockenhaus gewandert sind und beiseite gelegte Zeitungsartikel ins Altpapier: Was musikalisch war, wäre längst vergessen, dokumentierte niemand die Vergangenheit. In den letzten Jahren haben sich zahlreiche Publikationen mit der einheimischen Popvergangenheit beschäftigt: Pionierarbeit war der Sampler «Definitiv, Zürich 1976 - 1986» (1986), dessen Fortsetzung «Definitiv 2, 1987 bis 97» 2003 erschien. Die «Swiss Kult Hits»-Sampler, Reeditionen von CDs von «Frostschutz» und «Hertz», die 5 CDs umfassende «Swiss Pop & Rock Anthology» aus der SUIISA-Küche förderten wieder ans Licht, was oft lange vergriffen war. In Buchform wurde die Schweizer Rockgeschichte ebenso aufgearbeitet: etwa 1997 im guten Begleitbuch zur Ausstellung «A Walk On The Wild Side» (Chronos-Verlag) über Jugendszenen in der Schweiz seit den 1930er Jahren; Samuel Mumenthaler veröffentlichte «BeatPopProtest» über den «Sound der Schweizer Sixties» (Editions Plus, 2001) und «Polo, eine oral history» (Editions Plus, 2005). Und auch die Rock'n'Roll-Gegenwart ausserhalb Berns ist ein Thema: Der Basler Journalist Dieter Kohler, bis vor kurzem Westschweiz-Korrespondent von Radio DRS, veröffentlicht im Mai im Christoph Merian Verlag das Buch «La Welsch Music». Kohler zeichnet mittels einer Reihe von Portraits heute aktiver Popmusiker und Bands aus der Suisse Romande ein Panorama der unbekannteren eidgenössischen Nachbarn und liefert einen klugen Abriss der Geschichte der «Welsch Music» mit.

Das Interesse an «CH-Musik» ist in den letzten Jahren gestiegen. Das beweisen die gesonderten Regale in den Fachgeschäften. Doch gerade der Begriff «CH-Musik» signalisiert ein Problem: Er gaukelt eine Gattung vor, die gar keine ist, und er verleitet dazu, die einheimische Produktion in Gärten abzuschieben, die begrenzte Beachtung finden. «Swiss Made» dienstags um 21 Uhr auf DRS1 und das «CH Special» samstags um 20 Uhr auf DRS3 sind sorgfältig gemachte Radiosendungen zu Uhrzeiten, in denen die Hörernutzung rapide sinkt. Wichtiger wäre und ist, dass Schweizer Musik selbstverständlich und beiläufig im normalen Programm gespielt wird, zwischen Elton John, Mariah Carey und den aktuellen Hits. Das Bewusstsein dafür ist vorhanden: DRS1 und das für die Verbreitung von Popmusik enorm wichtige DRS3 spielen im normalen Musikprogramm tagsüber jeweils einen bis zwei Schweizer Titel pro Stunde. Die «Charta» der Schweizer Musik, eine «freiwillige und flexible Quote für Schweizer Musik», die die SRG und Schweizer Musikschaffende Mitte 2004 unterzeichnet haben, wirkt sich günstig aus: 20% Schweizer Musik für DRS1 strebte man an, 14% für DRS2, 12%, für DRS3. Es blieb nicht beim frommen Wunsch.

Ein Problem kann man in der Gewichtung der Themen sehen: Warum veröffentlicht jede Zeitung Riesengeschichten über internationale Grössen, aber nur Kurzbesprechungen über musikalisch mindestens so interessante Schweizer Bands? Einerseits orientiert man sich am CD-Markt, man darf «nichts verpassen», fürchtet vielleicht, provinziell zu wirken, wenn man dem Lokalen viel Platz einräumt. Beim Hochjubeln neuer Bands, jüngst etwa der «Arctic Monkeys» aus England, schwingt mit, dass ein Schreiber ein bisschen an der Popgeschichte teilhaben und früh die Zeichen der Zeit erkannt haben will. Einen neuen Polo oder einen Nachfolger von Yello zu entdecken ist längst nicht so glamourös. Das ist der helvetische Minderwertigkeitskomplex.

Mit Paul Nizons Aufsatz «Diskurs der Enge» (1970), der in der Populärversion darauf schrumpfte, dass die Schweiz aufgrund der Engstirnigkeit ihrer Bewohner ein steiniger Boden für die Kultur sei, und Friedrich Dürrenmatts Metapher von der Schweiz als Gefängnis, in dem jeder sein eigener Wärter sei, haben zwei Denkmuster überlebt, die hinderlich sind. 2006 sieht die Schweiz ganz anders aus als 1970 bzw. 1989. Die Kulturbranche jammert gern. Das kann man – siehe die Basler Theaterbudgetkürzungen – manchmal nachvollziehen, hinsichtlich der Schweizer Rockmusikszene jedoch nicht. Weil es viele Leute gibt, die viel gute Musik unter die Leute bringen. Weil es in diesem Land viele Leute gibt, die gute Musik machen. Und nicht zuletzt: weil es ein grosses Publikum gibt, das diese Musik gerne hört.

Quelle: WoZ-Musikbeilage 2006, 3. - 7. Februar 2006, [www.woz.ch](http://www.woz.ch)