

6. MUSIKALISCHE VIELFALT UND HOMOGENITÄT

6.1 Dimensionen musikalischer Vielfalt

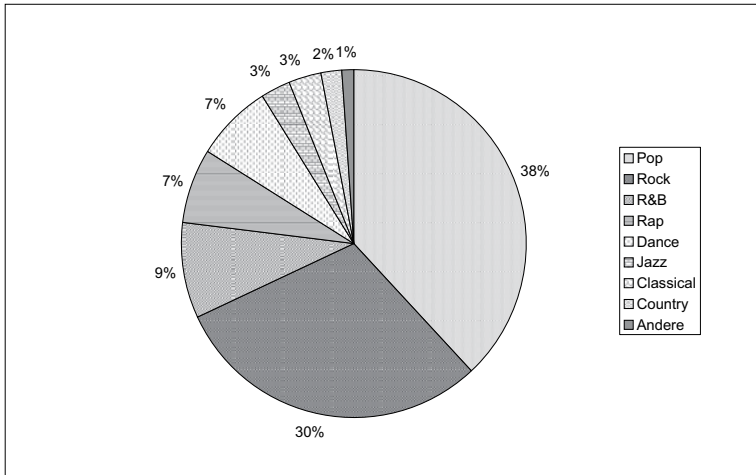
Angleichung, Konzentration und Anzahl von Nischen

Die beiden vorhergehenden Kapitel waren den Transnationalisierungstendenzen in der Musikindustrie gewidmet. Im Zentrum stand dabei die Frage, inwieweit sich die Strukturen der Industrie im Laufe der letzten Jahrzehnte verändert haben, ob ihnen Tendenzen zur Globalisierung oder Regionalisierung innewohnen und in welcher Weise sie zur Vielfalt beitragen. Allerdings ließ sich kein allgemeiner Trend ausmachen. Kräfte, die auf eine zunehmend globale Orientierung der Industrie drängen wie neue Kommunikationstechnologien oder die Größenvorteile der Majorlabels, werden durch gegenläufige Tendenzen konterkariert: Die Kassettentechnologie unterstützte die Ausbildung regionaler Märkte, Independents wie auch lokale Niederlassungen der Majorlabels waren seit dem Entstehen industrieller Musikproduktion mit dem Aufbau regionalen Repertoires befasst und lokale Innovationen fanden über unternehmerisch agierende Brokerpersonen immer wieder auch Eingang in den regionalen und überregionalen Mainstream. Bei der Beschreibung des Strukturwandels der Industrie blieb zwar das zentrale Explanandum dieser Studie, die musikalische Vielfalt auf lokaler wie auch globaler Ebene, nicht unberücksichtigt, der Schwerpunkt lag aber auf den Strukturen der Industrie. Die musikalischen Folgen der industriellen Globalisierung bzw. Regionalisierung sollen nun einer systematischeren Analyse unterzogen werden.

In Kapitel 3 wurden drei Unterscheidungen getroffen, die bei der empirischen Bewertung musikalischer Vielfalt auf globaler Ebene essenziell sind (siehe „Zur Dialektik von Vielfalt und Homogenität“ in Kapitel 3.4 und Tabelle 3.1, S. 89). Zum einen gilt es, die *Vielfalt bzw. Homogenität zwischen Regionen von der Vielfalt und Homogenität innerhalb der Regionen* zu unterscheiden. So können die Regionen der Welt in dem, was den Rezipienten angeboten wird, wie auch in der Weise, wie dieses Angebot genutzt wird, einander immer ähnlicher werden und dennoch die Vielfalt des lokal verfügbaren und nachgefragten Repertoires zunehmen. Daher wird die Angleichung der Regionen getrennt von der Frage der lokalen Vielfalt untersucht.

Von großer Wichtigkeit ist zudem die *Unterscheidung zwischen der Zahl der Nischen und der Konzentration im Mainstream*, also dem größtenmöglichen Verhältnis von Nischenproduktion und Mainstreamproduktion. Dies lässt sich an der Grafik 6.1 verdeutlichen.

Grafik 6.1: Verkauf von Tonträgern nach Genres in England 2004



Quelle: siehe Tabelle 2.1, S. 50

Die Grafik 6.1 dient hier lediglich der Illustration der Gleichzeitigkeit einer hohen Anzahl von Nischen und hoher Konzentration. Pop- und Rockmusik dominieren den Markt. Zugleich existiert aber auch eine Vielzahl von Nischen, wobei deren Anzahl vom Klassifikationssystem abhängt (siehe dazu unten). Gerade aufgrund billiger Produktionstechnologien und globaler Absatzmöglichkeiten können Anbieter in Nischen überleben, auch wenn ihre lokalen Marktanteile verschwindend gering sind. Ähnliches lässt sich auch für andere Märkte zeigen. So gibt es etwa Anzeichen dafür, dass in deregulierten Radiolandschaften einige wenige Radioformate wie AC (Adult Contemporary) und CHR (Contemporary Hitradio) den Markt dominieren. Gleichzeitig ist mit der Vermehrung der Frequenzen und der Einführung von globalem Webcasting aber auch die Zahl der Nischen gestiegen. Insofern kann die Bewertung der kulturindustriellen Entwicklung in Abhängigkeit der Indikatoren, die herangezogen werden, recht unterschiedlich ausfallen. In der Tat neigen neoliberale Verteidiger der Marktwirtschaft dazu, die Vermehrung der Möglichkeiten zu betonen (z.B. Cowen 2002), während die Kritiker der Kulturindustrie auf die Konzentration im Mainstream verweisen. Sie haben vor allem die Dominanz

einiger weniger, in hohem Maße standardisierter Produkte in den Massemedien vor Augen (z.B. Horkheimer und Adorno 1988 [1944]; Ritzer 1993; Schiller 1989; jüngst auch Hargittai und Centeno 2001, 1546f.). Damit verbunden sind auch unterschiedliche Annahmen über den Beitrag der Industrie zur Vielfalt von Nischen und zur Konzentration im Mainstream: Während die Verteidiger der Marktwirtschaft den Markt als beste Möglichkeit betrachten, die Bedürfnisse der Hörer und Hörerinnen zu erfüllen, und die Konzentration im Mainstream als Abbild der Präferenzstruktur des Publikums werten, vermuten die Kritiker systematische Verzerrungen und verweisen auf die präferenzbildende Rolle der Massenmedien. Diesen Fragen ist der dritte Teil der Arbeit gewidmet. Vorerst soll nur versucht werden, die beiden unterschiedlichen Betrachtungsweisen von Vielfalt einer empirischen Bewertung zugänglich zu machen. Ist die Zahl der Nischen tatsächlich gestiegen? Wird der Markt tatsächlich von einer immer kleiner werdenden Zahl von Superstars und Megahits dominiert?

In der Kommunikationswissenschaft wurde eine Reihe von Indikatoren entwickelt, die dazu dienen, Homogenisierungstendenzen in der Medienindustrie zu bewerten (vgl. McDonald und Dimmick 2003). Sie orientieren sich in der Regel an dem aus den Wirtschaftswissenschaften bekannten Herfindahl-Hirschman-Index der Konzentration, bei dem die quadrierten Marktanteile aufsummiert werden, oder dem in der Thermodynamik bzw. der Informationstheorie üblichen logarithmischen Entropiemaßen. In beiden Fällen werden Konzentration und Vielfalt der Nischen gleichzeitig gemessen, die Werte ändern sich in Abhängigkeit von der Größe der relativen Anteile (Konzentration) und der Anzahl der berücksichtigten Kategorien (Nischen). Doch ist die Trennung der beiden Aspekte wichtig, da sie, wie oben ausgeführt, in unterschiedliche Richtungen zeigen können. Nach der Bewertung der Angleichung der Regionen in Kapitel 6.2 wird in Kapitel 6.3 anhand relativer Anteile verschiedener Acts unterschiedlicher Herkunft in den Hitparaden verschiedener Länder versucht, das Ausmaß der Konzentration bzw. der Heterogenität zu bestimmen. Leider sind Daten, die Nischen in ausreichendem Ausmaß abbilden, kaum verfügbar. Hitparaden berücksichtigen per definitionem nur die meistverkauften Tonträger. In Kapitel 6.4 werden einige Indikatoren präsentiert, an denen sich die Vielzahl der Nischen ablesen lässt, obwohl die Analyse der Entwicklung in Ermangelung vergleichbarer Daten über einen längeren Zeitraum schwierig ist.

Die Bewertung der Vielfalt von Nischen ist aber noch aus einem anderen Grund schwierig, denn die Zahl der Nischen hängt davon ab, *was wir überhaupt als Differenz zu betrachten bereit sind*. Für die trennscharfe Abgrenzung von Nischen gibt es keine allgemein gültigen Kriterien. Kann man Radiosender, die neben den aktuellen, an Erwachsene gerichteten Verkaufsschlagnern auch noch jene der „70er und 80er“ spielen, als eigenes Format bezeichnen? Zu Zwecken der Marktsegmentierung mag dies sinnvoll sein, vor dem Hintergrund der Vielfalt musikalischer Ausdrucksmöglichkeiten erscheint der Unterschied zwischen einem AC-Format (Adult Contemporary) und einem oldie-based AC-

Format marginal. Andererseits reicht der Industrie die Abgrenzung des Genres Dance vom Mainstreampop als Differenzierung für die Definition unterschiedlicher Marketingstrategien, während Experten in diesem Genre zwischen Acid House und Trip Hop eine breite Palette von Subgenres benennen können. Wie leicht zu erkennen ist, ändern sich die Kriterien mit dem Standpunkt des Beobachters und den Funktionen, die eine Klassifikation zu erfüllen hat (siehe dazu auch die Diskussion in den Kapiteln 2 und 4.6). Für die Bewertung von historischen Veränderungen oder einen interlokalen Vergleich ist es ausreichend, die Kriterien der Abgrenzung konstant zu halten, d.h. Nischen in vergleichbarer Weise zu definieren. Aus einer kulturkritischen Perspektive können allerdings Differenzierungsansprüche der Industrie und ihrer Verteidiger durchaus in Frage gestellt werden.

Außermusikalische und musikalische Kriterien der Territorialität von Musik

In unserem Zusammenhang ist vor allem die Unterscheidung in Bezug auf die Territorialität des musikalischen Repertoires von Relevanz, d.h. die Differenzierung hinsichtlich der regionalen Zugehörigkeit. Dabei bietet sich eine Reihe außermusikalischer und musikalischer Kriterien an, die im Folgenden kurz umrissen werden.

Grundsätzlich können alle in den musikalischen Produktionsprozess *involvierten Akteure als Referenz* für die Zuordnung zu einem Land oder einer Region dienen. Ihre Staats- oder Regionenzugehörigkeit, sei sie nun über den Geburtsort, den Lebensmittelpunkt oder rechtliche Aspekte (wie z.B. die Steuerpflicht) definiert, bildet dabei eine mehr oder weniger objektivierbare Basis. So kann „lokales Repertoire“ etwa über die Staatszugehörigkeit der Urheber (das sind die Autoren und Komponisten) oder der Interpreten (Sänger und Künstler) definiert sein, aber auch über den organisatorischen Rahmen der Produktion wie etwa die Schallplattenfirma (Labels), bei der ein Künstler unter Vertrag ist, oder den Musikverlegern und Verwertungsgesellschaften, die die Rechte der Urheber wahrnehmen. In Kanada zum Beispiel, wo Radiostationen angehalten sind, einen bestimmten Prozentsatz an kanadischer Musik zu senden, ist diese über vier Akteure definiert: den Komponisten, den Textautor, den Sänger bzw. Interpreten und die Produktionsfirma (Blaukopf 1989, 26; Wright 1991, 307; Bauer 2005). Zwei dieser Akteure müssen kanadische Staatsbürger sein, damit das Repertoire als kanadisch bewertet wird. In den Statistiken der IFPI hingegen gilt als heimisches Repertoire, was von den im jeweiligen Land ansässigen Firmen produziert wird, unabhängig von der Herkunft der beteiligten Künstler und Künstlerinnen. Über die ästhetische Vielfalt ist damit natürlich nichts gesagt. Dennoch ist die Herkunft ein guter Indikator, um die Durchlässigkeit von Märkten und die

Heterogenität des regional verbreiteten Repertoires vorläufig zu bewerten. Von Relevanz ist dabei nicht so sehr der Geburtsort, sondern das Zentrum des künstlerischen Schaffens. Wer weiß schon, dass Freddie Mercury, der 1992 verstorbene Front-Man der britischen Rock-Gruppe Queen, als Faroukh Bulsara in Sansibar geboren wurde? Und was besagt die Tatsache, dass der als Dr. Alban in den Charts der späten 1990er populär gewordene schwedische Zahnarzt Alban Nwapa in Nigeria zur Welt kam? Natürlich ist der Geburtsort (wenn auch nicht die musikalische Sozialisation, die weniger an den geographischen Ort als an den sozialen gebunden ist) für die Bewertung der musikalischen Vielfalt völlig irrelevant. Aus der Tatsache aber, dass in gewissen Phasen der Popmusikgeschichte nicht nur US-amerikanische Acts die Charts dominieren, sondern auch Musik aus anderen Ländern wie eben England und Schweden überregional Erfolg hat, lässt immerhin einige Rückschlüsse auf globale Dynamiken des Musikvertriebs wie auch regionale Besonderheiten der Musikwirtschaft zu. Um der für die ökonomische Bewertung relevanten Territorialisierung der Hits in Hinblick auf den Ort der Produktion möglichst nahezukommen, wurde für die Kodierung der Hitparaden nicht der Geburtsort herangezogen, sondern der Ort des ersten kommerziellen Erfolgs (d.h. Platzierung in den Charts) der Acts. Doch selbst diese Vorgangsweise ist ein Kompromiss, da viele Künstler im Laufe ihrer Karriere den Wohnort in ein anderes Land verlegt oder ihre Schallplatten im Ausland produziert haben. Dennoch wurden in unserem Datensatz etwa die Bee Gees als australischer Act und John Lennon als britischer Künstler gewertet, obwohl erstere viele ihrer Hits in England aufnahmen und Lennon in New York gewohnt hat. Dies ist vor allem dem Wunsch geschuldet, den Kodierungsaufwand gering zu halten. Doch erscheint dieser Kompromiss gerechtfertigt, wenn man bedenkt, dass die im Ausland lebenden oder produzierenden Künstlerinnen und Künstler für jene im Herkunftsland zuweilen als Brokerpersonen fungieren (vgl. Kapitel 4.5) oder zumindest von hohem symbolischen Wert für das nationale Selbstverständnis der Akteure sind.

Ein weiteres außermusikalisches Merkmal, das als Differenzierungskriterium für die Bewertung von Vielfalt fungieren kann, ist die *Sprache*. Auch diese sagt nichts über ästhetische Unterschiede aus, kann aber wie die Herkunft der Interpretinnen und Interpreten Auskunft über industrielle Durchlässigkeit bzw. Autonomie geben und z.B. Annahmen über den Austausch in geolinguistischen Regionen stützen. In Frankreich, wo grundsätzlich auf die Bewahrung der Nationalsprache hoher Wert gelegt wird, ist das französische Repertoire, das über eine festgelegte Quote in den Radiostationen berücksichtigt werden muss, nicht etwa wie in Kanada über die Herkunft der beteiligten Akteure, sondern lediglich über die Sprache definiert (Machill 1996, 149; Bauer 2005), obgleich die Mehrzahl der französischsprachigen Musik von französischen Akteuren produziert wird. Auch diese relativ leicht realisierbare Form der Kodierung der Daten dient uns im Folgenden zur Bewertung der Vielfalt auf globaler und lokaler Ebene.

Lassen sich neben diesen außermusikalischen Kriterien der Territorialität von Musik auch *ästhetische* angeben? Alle popmusikalischen Genres des 20. Jahrhunderts entstanden aus der Vermischung globaler Formen mit lokalen Traditionen. Die Musik von Elvis Presley, den Beatles, von Elton John, Michael Jackson, Madonna oder Britney Spears, um nur jenes halbe Dutzend von Stars zu nennen, das vielleicht zum Inbegriff für Popmusik der letzten fünf Jahrzehnte wurde, ist zweifellos eine Universalsprache, die keinesfalls nur in jenen Ländern gesprochen wird, aus denen die genannten Musikerinnen und Musiker stammen. Dennoch lässt sie sich als anglo-amerikanische Musik klassifizieren, da sie auf Formen basiert, die zu einem bestimmten Zeitpunkt in einer bestimmten Region aus der gegenseitigen Befruchtung unterschiedlicher Kulturen entstanden sind. Der Blues der Afro-Amerikaner, Spielformen der weißen Country-Musik oder eben auch der britische Skiffle sind jene regionalen Ingredienzien, die Pop- und Rockmusik auch in geographischer Hinsicht verortbar macht. Sie mag zwar, gerade um sie global vermarktbare zu machen, ihrer ästhetischen Idiosynkrasien beraubt sein und vielen in besonderem Maße entterritorialisiert erscheinen, musikalisch ist sie aber zweifellos auf Wurzeln in den USA oder in England zurückzuführen – und zwar unabhängig davon, ob dieser Umstand von den Rezipienten ignoriert, als Symbol der anglo-amerikanischen Modernisierung begrüßt oder als „Amerikanisierung“ und Bedrohung lokaler Traditionen perhorresziert wird.

Paradoxerweise hat gerade die globale Verbreitung dieser anglo-amerikanischen Rock-Ästhetik einen Prozess der Re-Territorialisierung der Popmusikproduktion ausgelöst (vgl. Regev 1997), der sich in so gut wie allen Ländern der Erde in der einen oder anderen Form beobachten lässt und im Wesentlichen drei Erscheinungsformen umfasst: Imitation, De-Anglisierung und Hybridisierung (siehe dazu auch Larkey 1993, der letzteres als Re-Ethnisierung bezeichnet). Englischsprachige wie auch in der jeweiligen Landessprache vortragene Imitationen anglo-amerikanischer Vorbilder lassen sich über die Herkunft der Interpreten und die Sprache territorial abgrenzen. Die territoriale Differenzierung nach musikalischen Kriterien erfordert allerdings eine hohe Vertrautheit mit den lokalen Formen und Instrumenten. Ethnomusikologen fällt es aber nicht schwer, die jeweiligen Stilelemente zu identifizieren und den Regionen zuzuordnen, wenngleich im Detail nicht immer Einigkeit besteht. Der auf Surdo, Repique und Caixa getrommelte spezifische Sambarhythmus lässt sich aber unmissverständlich Brasilien zuordnen, so wie Sitar, Tabla und die Ragas genannten melodischen Formeln auf Indien verweisen. Populärmusikalische Hybride, die sich dieser Stilelemente bedienen, lassen sich insofern auch territorial abgrenzen. Tatsache ist auch, dass in den Darstellungen dieser Musiken auf die Zuordnung zu Regionen hoher Wert gelegt wird (siehe z.B. Manuel 1988; Baumann 1992; Broughton et al. 1999): Son, Salsa und Bachata verweisen auf Kuba und die westindischen Inseln; Fuji, Mbalax und Juju symbolisieren die westafrikanischen Länder Senegal und Nigeria, Rai Algerien und Qawwali

Pakistan. Unter dem Begriff World Music, zuweilen auch Ethno Music, Ethno Pop, Ethnic Rock oder Worldbeat genannt, artikuliert sich in den letzten drei Jahrzehnten ein Interesse an jener Populärmusik, die sich gegenüber dem Mainstream durch ihre stilistische Verankerung in spezifischen Regionen auszeichnet. Die Musik verweist auf einen geographischen Raum – auch wenn dieser für viele Rezipientinnen und Rezipienten nur in einer äußerst abstrakten und vagen Form als „imaginiertes Territorium“ (Negus 1999, 165), als Sinnbild des Fremden oder Exotischen existiert. Es wird im Folgenden zu untersuchen sein, in welchem Ausmaß diese Form der re-territorisierten Musik zur globalen und regionalen Vielfalt beiträgt.

Pseudo-Individualisierung und ästhetische Komplexität

Bevor ich mich der quantitativen Bewertung musikalischer Vielfalt zuwende, möchte ich hier abschließend noch auf die Defizite dieser Form der Analyse zu sprechen kommen. Sieht man von den Problemen der Kodierung ab, stellt sich die Frage, ob mit den zuvor angegebenen Kriterien musikalische Vielfalt in angemessener Weise erfasst wird. Um die Problematik zu verdeutlichen, möchte ich an zwei Versuchen der ästhetischen Bewertung anknüpfen, die, obwohl sie zentrale Fragen der Populärmusikforschung berühren, in der gegenwärtigen Forschungslandschaft weitgehend ausgeklammert bleiben.

Die Differenzierung von Musiken nach territorial bestimmten Stilmerkmalen ist nur der Spezialfall stilistischer Abgrenzung. In der Regel werden Genres nicht nur nach stilistischen Kennzeichen, die für bestimmte Regionen typisch sind, abgegrenzt, sondern auf der Basis einer Vielzahl von musikalischen und außermusikalischen Merkmalen. In den avanciertesten Modellen der populärmusikalischen Stilanalyse werden die Musikstücke anhand zahlreicher Dimensionen klassifiziert. Harald Huber (2001a) z.B. berücksichtigt in seiner Stilfeldanalyse nicht nur musikalische Merkmale wie Rhythmus, Harmonie und Instrumentation, sondern auch Informationen, die er aus der Analyse von Texten und Videos sowie auch des soziokulturellen und ökonomischen Umfeldes gewinnt. Die Frage, die bestehen bleibt, ist aber, welche stilistischen Abweichungen wir als neuen Stil zu betrachten bereit sind. Immerhin ließe sich mit dem Timbre einer Stimme, mit dem Sound oder der medialen Selbstinszenierung als Popstar auch ein Personalstil begründen.

Nicht selten wird gegenüber dem Anspruch stilistischer Einzigartigkeit der Einwand erhoben, dass es sich lediglich um eine relativ vordergründige Stilisierung handelt, die sich marktstrategischen Überlegungen weit mehr als dem musikalischen Innovationsbedürfnis verdankt. Auch wenn die Populärmusikforschung zögert, Musik nicht nur stilistisch zu analysieren, sondern auch ästhetisch zu bewerten: um die Frage der *Pseudo-Individualisierung*, will man einen Begriff

aufgreifen, den Adorno vor mehr als fünfzig Jahren geprägt hat, kommt man bei der Bestimmung des Ausmaßes musikalischer Vielfalt nicht herum. Ist das neue Genre, der Newcomer, das aktuelle Album oder ein spezifischer Hit tatsächlich ein Beitrag zur musikalischen Vielfalt oder bloß die oberflächliche Variation hoch standardisierter, wiederkehrender Formen? Das Unbehagen, das viele befällt, schon die Anzahl der unterschiedlichen Künstler und Künstlerinnen in den Top Ten eines Jahres als Maß für die Vielfalt zu betrachten, wie Peterson und Berger (1975) es vorschlugen, zeugt von der Tatsache, dass wir sehr wohl intuitiv zwischen ästhetischer Innovation und Pseudo-Individualisierung unterscheiden.

Ohne besonderen Widerspruch ließen sich auch zahlreiche Beispiele der Pseudo-Territorialisierung nennen, also der in unserem Kontext relevanten vordergründigen und Exotik symbolisierenden Auszeichnung von Musik durch willkürlich gewählte, auf bestimmte geographische Orte verweisende Stilmerkmale. An zwei Beispielen, die sich unterschiedliche Strategien der Re-Territorialisierung zunutze machen, soll dies kurz illustriert werden. Die eine Strategie ließe sich in Anknüpfung an die Unterscheidung von Regev (1997) als *Pseudo-Deanglisierung*, die andere als Pseudo-Hybridisierung bezeichnen (siehe dazu auch Gebesmair 2002). Im Jahr 2000 entschloss sich das amerikanische Label RCA, einige Songs des erfolgreichen Teenie-Popstars Christina Aguilera für den heimischen und internationalen Latin Music Markt auf Spanisch zu veröffentlichen. Ihre Herkunft aus Venezuela schien sie in besonderem Maße für die Vermarktung im Latin Music Segment zu prädestinieren. Was an diesem Fall so kurios ist und die Bezeichnung der Pseudo-Deanglisierung rechtfertigt, ist die Tatsache, dass die Sängerin in den USA aufgewachsen ist, weder Spanisch spricht, noch in ihrer Musik auf lateinamerikanische Traditionen Bezug nimmt. Lediglich ihr Name und kaum wahrnehmbare physiognomische Besonderheiten wurden zum Anlass genommen, sie zu einem Latin Music Act zu stilisieren. Die Texte ihres spanischsprachigen Albums lernte sie anhand phonetischer Zeichen, ohne sie zu verstehen. Als *Pseudo-Hybridisierung* ist der in Deutschland produzierte Sommerhit von 1999 „Mambo No 5“ zu bezeichnen. Zwar greift der Interpret Lou Bega in der Tat ein Stück des kubanischen Musikers Pérez Prado auf, doch bleiben die musikalischen Verweise auf den lateinamerikanischen Tanz wie auch die Selbstinszenierung als kubanischer Entertainer mit schmalen Oberlippenbärtchen exotischer Aufputz einer einfach arrangierten Dancefloor-Nummer, deren Belanglosigkeit durch Lou Begas ausdruckslose und dünne Stimme nur noch bestärkt wird. Video wie Song haben im Übrigen nicht viel mehr zu bieten als den mittlerweile zum Standard gewordenen Sexismus, der im MTV-Zeitalter zum seltsam sterilen Symbol für Freizügigkeit wurde. Diesem Urteil mögen andere widersprechen. Um die Bewertung musikalischer Vielfalt nicht der Beliebtheit von Differenzierungsansprüchen anheim zu geben, ist eine Auseinandersetzung mit der Frage der Pseudo-Individualisierung unerlässlich.

Adorno bestimmte in seinem klassischen Text zur Populärmusik von 1941, in dem er den Begriff einführte, die Qualität eines Musikstückes vor allem

durch das Verhältnis der Teile zum Ganzen (Adorno 1973 [1941]). Während in avancierter klassischer Musik die einzelnen Komponenten des Werkganzen, seien es Themen, thematische Durchführungen, Sätze, aber auch einzelne Parameter wie Rhythmus, Dynamik oder Klangfarbe zueinander und zur Totalität des Werkes in einer sinnvollen musikalischen Beziehung stehen, findet er in der Populärmusik seiner Zeit keinen notwendigen Zusammenhang zwischen den Teilen. „It would not affect the musical sense if any detail were taken out of the context.“ (Adorno 1973 [1941], 68) Die Elemente sind nur über die hoch standardisierten Formen von Aufbau, über melodische Formeln, rhythmische Patterns und über die Konventionen des Arrangements integriert. Vor dem Hintergrund dieser Standardisierung bekommt die Betonung individueller Variationen, sei es als Personalstil einzelner Arrangeure und Musiker, sei es in den spontanen Äußerungen der Improvisation den Charakter von Pseudo-Individualisierung – sie bleibt den Stücken äußerlich. Schon in dem drei Jahre zuvor veröffentlichten Aufsatz *Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens* (Adorno 1982 [1938]) steht die willkürliche Hervorhebung von musikalischen Details zum Zweck der Differenzierung im Zentrum der Kritik. Hier stellt Adorno auch die Verbindung zu den Strukturen der Gesellschaft her. Denn die Fetischisierung einzelner Aspekte der Musik zum Besonderen und Einzigartigen sind Folgen ihrer industriellen Vermarktung. Musik wird zur Ware und die Strategien ihrer Individualisierung zu einem Mittel der Tauschwertsteigerung. Damit verliert sie aber jene Funktion, die gute Musik in den Augen Adornos auszeichnet: als in den Strukturen des Werkes angelegte Kritik an jenen gesellschaftlichen Deformationen, die Adorno in der bürgerlichen Klassengesellschaft ausmachte. „Die Lust des Augenblicks und der bunten Fassade wird zum Vorwand, den Hörer vom Denken des Ganzen zu entbinden, dessen Anspruch im rechten Hören enthalten ist, und der Hörer wird auf der Linie seines geringsten Widerstandes in den akzeptierenden Käufer verwandelt. Nicht länger mehr fungieren die Partialmomente kritisch gegenüber dem vorgedachten Ganzen, sondern sie suspendieren die Kritik, welche die gelungene ästhetische Totalität an der brüchigen der Gesellschaft übt.“ (Adorno 1982 [1938], 12f.) Die Unterscheidung zwischen gelungener musikalischer Totalität und Pseudo-Individualisierung dient Adorno also nicht bloß als Instrument musikalischer Analyse. In ihr kommt viel mehr der Wunsch zum Ausdruck, Folgen des Konsumismus, wie sie auch im Zentrum der Kritik am Kulturimperialismus standen (Kapitel 3.3), sichtbar zu machen. In der Fetischisierung einzelner Elemente, in der Betonung des Reizes gegenüber den musikalischen Strukturen meint er Formen der Unterdrückung zu erkennen, die selbst die Rebellion gegen sie noch zum Gegenstand der Anpassung macht. Die zu Fetischen stilisierten Symbole des Widerständigen und Unangepassten werden so selbst zu Instrumenten der Anpassung und Verschleierung realer Machtlosigkeit.

Wie immer man zu dem Versuch Adornos steht, Gesellschaftskritik an die Analyse musikalischer Strukturen zu knüpfen, die Kategorie der Pseudo-

Individualisierung ebenso wie die Vermutung, dass diese eine Form des Massenbetrugs sei und der Regression des Hörens Vorschub leistet, sind keinesfalls obsolet. Und dieser Verdacht wird, wenn auch in anderem Jargon und ohne den philosophischen Anspruch Adornos immer wieder artikuliert. Spätestens wenn es um die ästhetische Einschätzung der volkstümlichen Musik oder des Deutschen Schlagers geht, zögern selbst die tolerantesten unter den Kulturindustriekritikern, diese musikalischen Genres als musikalische Bereicherung zu betrachten. Natürlich befriedigen auch sie legitime Bedürfnisse, doch der Verweis auf das Recht zum Kulturkonsum, sei er noch so trivial, löst das Problem der Bemessung musikalischer Vielfalt nicht. Zudem machen sich die Verteidiger, sofern man Adornos Annahme von der herrschaftsstabilisierenden Funktion der Kulturindustrie zustimmt, zu Komplizen jener kulturindustriellen Ideologie, die Vergnügen schon als Selbstbestimmung und Autonomie hält. Immerhin verweist auch der Populärmusikforscher Simon Frith auf die Notwendigkeit, sich eine Vorstellung von ästhetischem Fortschritt zu bewahren, der über die Abfolge von musikalischen Moden hinausgeht. „Culture is transformation, in other words, must challenge experience, must be difficult, must be unpopular. There are, in short, political as well as sociological and aesthetic reasons for challenging populism. The problem is how to do this while appreciating the popular, taking it seriously on its own terms. And I know this is where my own tastes will inform everything that follows, my own tastes, that is, for the unpopular popular, my own belief that the ‚difficult‘ appeals through the traces it carries of another world in which it would be ‚easy‘. The utopian impulse, the negation of everyday life, the aesthetic impulse that Adorno recognized in high art, must be part of low art too.“ (Frith 1996, 20)

Frith spricht hier ein Problem an, mit dem man sich konfrontiert sieht, sobald man versucht, eine Bewertungsbasis zur Unterscheidung von musikalischer Vielfalt und Pseudo-Individualisierung, von ästhetischer Innovation und oberflächlicher Variation des Immergleichen zu finden. Denn das Urteil erfolgt in der Regel vor dem Hintergrund der eigenen musikalischen Vorlieben und ließe sich schnell als Partikularinteresse relativieren. Wie man aus Bourdieus Kultursoziologie (Bourdieu 1987a) weiß, sind ästhetische Urteile immer auch eine Folge des Bemühens um Durchsetzung legitimer Klassifikationen, die letztlich dem Zweck dienen, die eigene soziale Position kulturell zu legitimieren (siehe dazu auch Gebesmair 2001b). Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen wurde Kritikern der Kulturindustrie vorgehalten, Popmusik lediglich vom Standpunkt einer bürgerlichen Kunstbetrachtung zu bewerten. Dies mag für viele der konservativen Kulturpessimisten in den 1940er- und 1950er-Jahre zutreffen (vgl. Rosenberg und White 1957). Adorno vorzuwerfen, er formuliere seine Kritik aus der partikularistischen Perspektive des Bildungsbürgers, geht aber am Wesentlichen vorbei, auch wenn Adorno etwa mit seiner Gegenüberstellung von Beethovens Sonaten und Symphonien und populären Schlägern seiner Zeit dieser Sichtweise selbst Vorschub leistete.

Denn in allen anderen seiner musiksoziologischen Schriften ist das bürgerliche Musikleben nicht minder Gegenstand der Kritik. So illustriert er in dem Aufsatz von 1938 an der 7. Symphonie Beethovens, die ihm drei Jahre später zum kontrastierenden Beispiel guter Musik wird, die Fetischisierung des klassischen Repertoires, das im bürgerlichen Konzertwesen zur Hitparade der guten melodischen Einfälle wird (Adorno 1982 [1938], 17). Bekannt ist auch seine Typologie musikalischen Verhaltens (Adorno 1989 [1962], 14ff.), die den vulgären Snobismus des bürgerlichen Bildungskonsumenten ebenso desavouiert wie die Ressentiments der Bachliebhaber und Werktreuefetischisten. Was die Kulturindustriekritik Adornos für viele so inakzeptabel machte und nach wie vor macht, ist das grundlegende Missverständnis, seine Urteile als Ausdruck seiner persönlichen musikalischen Vorlieben zu werten. Es besteht kein Zweifel, dass ihm aufgrund seiner musikalischen Sozialisation und des Bildungsprivilegs, das er genossen hatte, die Musik der Zweiten Wiener Schule näher stand als die Schlager eines Irving Berlin oder Walter Donaldson (obwohl gar nicht gesagt ist, dass er nicht auch diese mit einem gewissen ironischen Vergnügen zuweilen gehört hat). Seine ästhetische Haltung aber – die Privilegierung des strukturellen Hörens, des musikalischen Textes gegenüber der klingenden Form, auch aus sein kompromissloser Einsatz für Arnold Schönberg und die avanciertesten Formen des Kunstschaffens seiner Zeit und seine Skepsis gegenüber restaurativen Tendenzen etwa der Neoklassik – zeugen vom Ringen um eine Bewertungsbasis jenseits aller musikalischer Partikularinteressen. Eine auf die gesellschaftliche Totalität abzielende Kritik muss in reflexiver Weise den eigenen Standort, die eigenen kulturellen Präferenzen einschließen und sich jene Kunst zum Maßstab machen, die am weitesten fortgeschritten ist und sich am konsequentesten dem Zuspruch des Publikums und somit den Fetischisierungstendenzen der Kulturindustrie verweigert. Natürlich bleibt dieser Anspruch, wie auch die Rezeptionsgeschichte der Musik Schönbergs zeigt, immer Illusion. Nur solange man sich diesen fiktiven Maßstab als Denkfigur erhält, entgeht man der Beliebigkeit einer zurecht infrage gestellten ästhetischen Kritik auf der Basis der eigenen, unreflektierten musikalischen Vorlieben. Insofern greift auch Frith' Adaption der kritischen Intention Adornos zu kurz. Für eine kritische Analyse der Populärmusik kann eben nicht der eigene Geschmack zum Maßstab der Bewertung gemacht werden – schließlich bleibt auch die von Frith vorgenommene Unterscheidung zwischen „popular“ und „unpopular popular“ willkürlich, da nicht nur die Vorlieben für das Unpopuläre subjektiv sind, sondern auch die Festlegung, ab wann das Populäre unpopulär wird. Es bedarf eines den eigenen Standort objektivierenden Instrumentariums jenseits aller subjektiven Werturteile. Die Kritik Adornos zielt auch nicht auf die Rettung einer in der Musik zum Vorschein kommenden konkreten Utopie, sondern speist sich aus der zutiefst pessimistischen Einsicht in die Unhintergebarkeit der Kulturindustrie: Wer seine musikalischen Vorlieben artikuliert, ist immer schon Teil von ihr.

Adornos Begriff der Pseudo-Individualisierung bietet sicherlich einen brauchbaren Anknüpfungspunkt für die Bewertung musikalischer Vielfalt jenseits der eignen musikalischen Vorlieben, wenngleich die konkrete Umsetzung in empirische Forschung einige Schwierigkeiten bereitet. Die Analyse der Musikstücke ist mit großem Aufwand verbunden und bedarf der Vertrautheit mit Formen und Stilen nicht nur der Populärmusik, sondern auch der Kunstmusik. Bei einer größeren Anzahl von musikalischen Untersuchungsgegenständen stößt man wahrscheinlich schnell an Grenzen. Den Anforderungen einer empirischen Forschung eher gerecht wird die *informationsästhetische Bewertung*, die allerdings vor einem völlig anderen wissenschaftlichen Hintergrund entwickelt wurde.

In der Musikwissenschaft gab es immer wieder Versuche, die musikalische Analyse auf eine informationstheoretische Basis zu stellen und damit die Kriterien der Bewertung zu objektivieren, d.h. unabhängig von den subjektiven Werturteilen festzulegen (vgl. Moles 1971; Winckel 1975). Ziel war es, die Originalität musikalischer Parameter zur Informationsverarbeitungskapazität des menschlichen Wahrnehmungsapparats in Beziehung zu setzen und daraus Komplexitätsmaße für musikalische Werke zu gewinnen. Vielfalt ließe sich dann aus der ästhetischen Komplexität des jeweils in Betracht stehenden Repertoires ableiten. Auch auf die Populärmusik wurden diese Kriterien schon mehrfach angewendet. Timothy Dowd errechnete in seiner Analyse der Number One Songs von 1955 bis 1988 Maße für die ornamentale, melodische und harmonische Komplexität der Stücke und konnte zeigen, dass diese in Abhängigkeit von Eigenschaften der Interpreten und der Produktionstechnologien variieren (Dowd 1992). Peter J. Alexander berücksichtigte neben diesen Eigenschaften noch das Metrum, den formalen Aufbau und die grobe rhythmische Struktur für sein Maß der musikalischen Entropie und wies einen nicht-linearen Zusammenhang zwischen der Unternehmenskonzentration am Musikmarkt und der musikalischen Vielfalt nach (Alexander 1996). Doch auch diese Maße sind unbefriedigend. Zum einen sind, wie Peterson und Berger in ihrer Replik auf den Artikel von Alexander anmerken (Peterson und Berger 1996, 176), Transkriptionen von Popsongs äußerst schlechte Repräsentationen der tatsächlich erklingenden Musik. Viele für die Bewertung von musikalischer Originalität relevante Merkmale bleiben dabei unberücksichtigt. Feine Differenzierungen des Sounds, das Timbre der Stimme, kleinste agogische und dynamische Schwankungen und rhythmische Akzente entziehen sich der Notation und schließlich auch der Quantifizierung (siehe dazu auch Kapitel 2.4). Und beruhen nicht auch die aus ihnen gewonnenen Komplexitätsmaße letztlich auf partikularen Werturteilen? Große Intervalle in der Melodie und Chromatik sind nur dann ein Beitrag zur Komplexität, wenn einfache Intervallsprünge und einfache Stufenharmonik die Norm sind. Eine Annahme, die insofern gerechtfertigt erscheint, da einiges darauf hindeutet, dass es sich zum Teil um musikalische Universalien, also phylogenetisch festgelegte Wahrnehmungscharakteristika handelt (vgl. Lerdhal und Jackendoff 1983). Immerhin könnte man aber vor dem Hintergrund von

zwar komplexen, aber immer gleichen harmonischen Modulationen oder der Polyrythmik afrikanischer Musik auch den Minimalismus eines gleichförmigen Klanges als Beitrag zur Vielfalt der Musik betrachten. Die Bestimmung der Originalität bedarf auch hier eines Referenzrahmens, dessen Auswahl immer ein gewisses Maß an Willkür anhaftet.

An dieser Stelle kann keine Lösung für diese Fragen der Komplexitäts- und Vielfaltsmessung angeboten werden. In den folgenden empirischen Analysen spielen sie auch keine Rolle. Die Ausführungen sollten lediglich dafür sensibilisieren, dass die Bestimmung von musikalischer Vielfalt keinesfalls eine triviale Aufgabe ist. Viele weichen der Frage aus, indem sie implizit einen Konsens darüber annehmen, was musikalische Qualität, Originalität oder Innovation bedeuten oder gleich ganz mit dem Hinweis auf die Relativität der Geschmäcker auf eine Bestimmung verzichten. Vielfalt wäre dann nur ein Abbild dessen, was jeweils präferiert wird, ein Mangel an Vielfalt nur die Nichtentsprechung von Angebot und Nachfrage (siehe dazu das 7. Kapitel).

Resümierend lässt sich also festhalten, dass eine Definition von musikalischer Vielfalt auf der Basis von Geschmacksurteilen immer zu einem gewissen Grad willkürlich und damit auch angreifbar bleibt. Etwas als Beitrag zur Vielfalt zu werten, weil es eine große Zahl von Rezipienten oder ausgewiesene Experten tun, bietet keinen Ausweg aus dem erkenntnistheoretischen Dilemma, einen Wandel von Vielfalt als Wandel der Bewertung von Vielfalt oder als objektive Veränderung des musikalischen Angebots zu betrachten. Sind die unzähligen Girl- und Boy-Groups, die uns die 1990er-Jahre beschert haben, ein Beitrag zu musikalischer Vielfalt oder zeugt die Tatsache, sie als Beitrag zur Vielfalt in Erwägung zu ziehen, schon von der Kapitulation unserer Wertmaßstäbe vor den Imperativen der Kulturindustrie? Der Umstand, dass uns oder unseren Kindern, der eine oder andere Song gefällt, bildet jedenfalls keine verlässliche Basis der Bewertung.

6.2 Angleichung der Regionen

British Invasion, Disco-Welle und TV-Pop

Kehren wir zur Frage der globalen Homogenität bzw. Heterogenität zurück. Glichen sich die Länder in ihrem musikalischen Repertoire an und wurde dieses gleichzeitig vielfältiger? Für die Analysen in diesem und im nächsten Kapitel standen Jahreshitparaden folgender Länder zur Verfügung: Australien, Deutschland, England, Frankreich, Holland, Italien, Österreich und den USA (zu den Quellen siehe die Angaben im Anhang). Die Bewertung beruht in der Regel auf dem Verkaufserfolg, wenngleich zuweilen auch der Einsatz in Radiostationen (Airplay) eingeht. In jedem Fall repräsentieren die Angaben

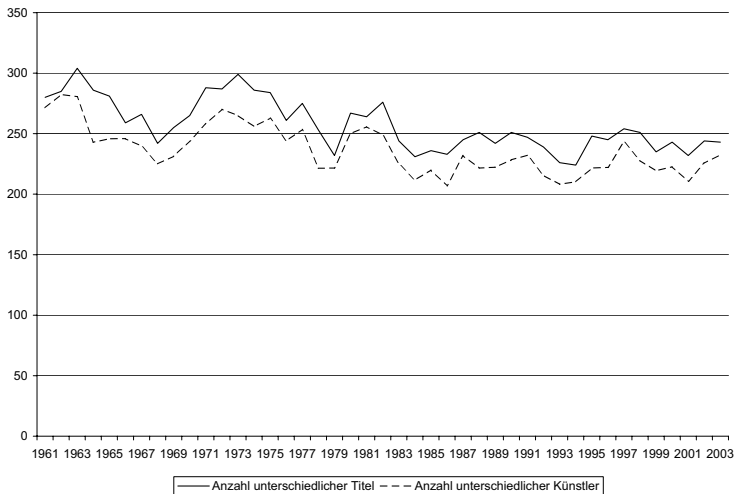
recht gut die Popularität von bestimmten Künstlern und Musikstücken im jeweiligen Land, weshalb sie in der Musikindustrieforschung häufig als Quelle zum Einsatz kommen. Zweifelsohne sind mit dieser Art von Analyse Probleme verbunden, die nicht unerwähnt bleiben sollen. Sieht man einmal von der Frage der ästhetischen Bewertung ab, wie sie im letzten Abschnitt diskutiert wurde, so gilt es vor allem zwei Einschränkungen zu machen: Zum einen stellen die acht Länder in unserer Stichprobe bezogen auf die Weltbevölkerung nur einen kleinen Ausschnitt dar. Zuverlässige Zeitreihen zum Musikverkauf vor allem aus weniger industrialisierten Ländern stehen so gut wie nicht zur Verfügung. Allerdings repräsentieren diese acht Länder mehr als die Hälfte des globalen Gesamtumsatzes mit Tonträgern (vgl. Tabelle C im Anhang, S. 325 ff.) und eignen sich daher in besonderer Weise, die Dynamiken der großen Industrie darzustellen. Zum anderen werden in der Analyse vor allem Singlehitparaden verwendet, da Albumhitparaden noch schwerer zugänglich und aufgrund des hohen Anteils von Soundtracks und Kompilationen schwer zu kodieren sind. Natürlich unterscheidet sich der Singlemarkt vom Albummarkt und spielt mittlerweile – nicht zuletzt auch infolge MP3 und File-Sharing – nur mehr eine untergeordnete Rolle. Allerdings war in jenem Zeitraum, auf den sich unsere Analysen vor allem beziehen werden, der Absatz von Singles nicht unbedeutend. Zudem kann angenommen werden, dass die Nachfrage von Singles in besonderem Maße von den kurzfristigen Marketingbemühungen der Majorlabels abhängt (und weniger von den oft schwer zu bewertenden Diffusionsvorgängen auch über längere Zeiträume am Albummarkt) und somit die globalen Strategien der großen Industrie gut abbildet.

Beginnen wir also mit der Frage, ob sich der musikalische Mainstream unterschiedlicher Regionen über die letzten Jahrzehnte hinweg angeglichen hat. Globalisierung in diesem Sinne sagt noch nichts aus über die Vielfalt des lokal verfügbaren oder vermarkteten Repertoires, sondern lediglich, ob die Länder der Welt einander in musikalischer Hinsicht näher gerückt sind. Zur Bewertung dieser Form der Homogenisierung kann die Anzahl der unterschiedlichen Hits bzw. Künstler eines Jahres dienen. Zu diesem Zweck wurden die Top 50 eines Jahres der acht in unserem Datensatz verfügbaren Länder zusammengefügt und Duplikate mit Hilfe von Pivottabellen ausgeblendet. Wenn jedes Land eine eigene Hitparade hätte, d.h. kein Hit oder Künstler in mehr als einem Land aufschiene, enthielte unser Datensatz $8 \times 50 = 400$ Einträge. Dies wäre ein Hinweis auf maximale globale Heterogenität. Eine Abnahme dieses Wertes zeigt hingegen eine Homogenisierung der Hitparaden an. Zusätzlich wurde der Wert für die Künstler mit der durchschnittlichen Zahl der Künstler pro Landeshitparade eines Jahres gewichtet, da ein Künstler oder eine Gruppe mit mehr als einem Hit pro Jahr in einem Land vertreten sein kann. Dies könnte man zwar als Reduktion der lokalen Heterogenität werten, nicht aber als Homogenisierung auf globaler Ebene. Zu bedenken ist auch, dass aufgrund des geringen jährlichen Stichprobenumfangs – berücksichtigt werden ja nur die 50 populärsten Hits eines Jahres – der Grad

der Homogenisierung systematisch unterschätzt wird. Wenn ein Hit oder ein Künstler in einem Land nicht aufscheint, so heißt dies nicht, dass er nicht eventuell schlechter platziert (oder zu einem späteren Zeitpunkt) dennoch in der Hitparade vertreten sein konnte. Von Relevanz sind daher nicht die Absolutwerte, sondern lediglich die Veränderungen von Jahr zu Jahr.

Grafik 6.2 zeigt die Anzahl der unterschiedlichen Titel und Künstler in den acht Ländern von 1961 bis 2003. Tatsächlich lässt sich eine geringfügige Abnahme der Unterschiedlichkeit der Hitparaden ausmachen, wenngleich die Schwankungen von Periode zu Periode größer sind und die Daten für die späten 1980er- und die 1990er-Jahre aufgrund der schwindenden Relevanz von Singles mit Vorsicht zu interpretieren sind. Nichtsdestotrotz zeigen sich hier Zyklen, die sich, wenn man die konkreten Hits jener Zeit betrachtet, durchaus sinnvoll interpretieren lassen. Im Folgenden seien die drei Wellentäler in der zweiten Hälfte der 1960er-Jahre, Ende der 1970er-Jahre und Mitte der 1980er-Jahre einer näheren Betrachtung unterzogen.

Grafik 6.2: Anzahl unterschiedlicher Titel und Künstler in den Ländern Australien, Deutschland, England, Frankreich, Holland, Italien, Österreich und den USA



Das erste Wellental ist unschwer als die so genannte *British Invasion* zu erkennen.¹ Die Beatles kann man als einen der ersten globalen Acts bezeichnen. 1964

1 Die hohe Heterogenität Anfang der 1960er-Jahre gilt es zu relativieren, da zu diesem Zeitpunkt Coverversionen amerikanischer Nummern in der Landessprache weit verbreitet waren. Diese werden hier (aus auswertungstechnischen Gründen) als unabhängiger Beitrag zur globalen Vielfalt gewertet. Auf Repertoireebene sind die Hitparaden der verschiedenen Länder in den späten 1950er- und frühen 1960er-Jahre um einiges ähnlicher als die Grafik vermuten lässt.

waren sie in so gut wie allen Hitparaden weltweit vertreten. Auch in den Charts von Brasilien, die aufgrund der unklaren Quellenlage aus unserer Stichprobe ausgeschlossen wurden (siehe die Angaben im Anhang), finden sie sich natürlich ebenfalls und aus der Literatur weiß man, dass sie selbst hinter dem Eisernen Vorhang (Ramet und Zamascikov 1990, 150) oder in Japan (Mitsui 1997, 166), das über einen hohen Anteil heimischer Popmusikproduktion verfügt, von großem musikalischen Einfluss waren. Auch in unserer Stichprobe scheinen sie in jedem Land meist mit mehreren Hits gleichzeitig auf. (Da sie zuweilen mit unterschiedlichen Hits in den Ländern vertreten sind, lässt sich die Verbreitung an der Zahl der unterschiedlichen Titel nicht in gleichem Maße ablesen.) Mit den Beatles gelangte eine Reihe weiterer vor allem britischer Acts in die Charts der Länder: Die Animals mit „House of the Rising Sun“, Manfred Mann mit „Do Wah Diddy Diddy“, die Rolling Stones mit „It's All Over Now“ und „Carol“ und eine Hand voll mittlerweile in Vergessenheit geratener Bands und Sänger, wie die Dave Clark Five, Peter & Gordon, Gary & the Pacemaker, Chad & Jeremy und die Sängerinnen Petula Clark und Dusty Springfield. Die eigentliche Talsohle in unserer Grafik und damit der Höhepunkt der Homogenität der Hitparaden war erst 1968 – zum Höhepunkt der Hippiebewegung – erreicht. Der im Jahr zuvor veröffentlichte Song „San Francisco“ von Scott McKenzie war in den Charts aller acht Länder vertreten, wie auch die Beatles, die Rolling Stones, Procol Harum – und Tom Jones. Letzterer ruft uns in Erinnerung, dass Charts natürlich keinesfalls in sich homogen sind. Zu allen Zeiten repräsentieren sie immer den Geschmack recht unterschiedlicher Konsumentengruppen. Obwohl es nicht ausgeschlossen ist – nur personenbezogene Daten zur Nutzung von Musik könnten darüber Auskunft geben –, darf angenommen werden, dass die Hörer und Hörerinnen von „Delilah“ nicht gleichzeitig die Singles „Let's Spend The Night Together“ und „Jumpin' Jack Flash“ erworben haben. Erwähnt werden muss auch, dass zu diesem Zeitpunkt die Industrie in anderen Ländern schon längst auf die britische Herausforderung reagiert hatte. 1967 starteten die Bee Gees ihre internationale Karriere als die australische Antwort auf die Beatles und die Monkees eroberten von den USA aus die Welt mit einem ähnlichen Konzept, um 1969 wieder zu verschwinden. In den letzten drei Jahren des Jahrzehnts kamen aus den USA noch eine Hand voll weiterer globaler Hits wie etwa „Do It Again“ von den Beach Boys, „In The Year 2525“ von Zager & Evans, „Simon Says“ von 1910 Fruitgum Company, „Sugar, Sugar“ von den Archies, „Proud Mary“ und „Bad Moon Rising“ von Creedence Clearwater Revival oder „Crimson and Clover“ von Tommy James, neben jenen von etablierten Popstars wie Elvis Presley, Nancy und Frank Sinatra.

Nach einer Phase der größeren Heterogenität in den 1970ern kam es dann Ende dieses Jahrzehnts zu einer weiteren kurzfristigen Zunahme der Homogenität zwischen den Hitparaden einzelner Länder. Diese ist sicherlich mit der vor allem durch die Filme mit John Travolta und Olivia Newton-John ausgelösten globalen *Disco-Welle* verbunden, die auch in Ländern dokumentiert

ist, die in unserer Stichprobe nicht berücksichtigt sind, wie z.B. in Argentinien (Vila 1987, 136). Selbst in den Singlecharts Japans, in denen internationale Hits extrem unterrepräsentiert sind, weshalb sie beim systematischen Ländervergleich unberücksichtigt blieben, gibt es in den letzten drei Jahren diese Jahrzehnts eine auffällige Häufung ausländischer Superstars (vgl. die Quellenangaben im Anhang²): Die Village People, Donna Summer, ABBA, Baccara, Boney M und natürlich die Bee Gees erfreuten sich offensichtlich großer Beliebtheit. Letztere zeichneten für den Soundtrack des Films „Saturday Night Fever“ verantwortlich, der 1977 weltweit in die Kinos kam, Barry Gibb, einer der drei Gibbs-Brüder, steuerte auch Songs zu dem im Jahr darauf anlaufenden Film „Grease“ bei, in dem die erfolgreiche australische Country-Pop-Sängerin Olivia Newton-John an der Seite von John Travolta zur Disco-Queen mutierte. Die eingängigen Songs der beiden Filme wurden zu globalen Hits und fehlen in den Charts unserer Stichprobe in keinem Land. Zusammen mit den bereits genannten dominierten sie weltweit die Hitparaden. Wohlgermerkt handelt es sich dabei, wie schon Mitte der 1960er-Jahre, keinesfalls um Globalisierung im Sinne einer Amerikanisierung. Die Bee Gees stammen aus Australien und waren schon in den 1960er-Jahren beim Engländer Robert Stigwood unter Vertrag, der Ende der 1970er die beiden Disco-Filme produzierte (wie im Übrigen zuvor auch schon „Jesus Christ Superstar“ von Tim Rice und Andrew Lloyd Webber). ABBA stammen aus Schweden und Boney M, Baccara wie auch Donna Summer wurden in Deutschland produziert, wenngleich bei ersteren vor allem Jamaikaner und zweiten Spanierinnen mitwirkten. Donna Summer kam in Boston (Massachusetts) zur Welt, wo sie auch ihre ersten Auftritte als Sängerin hatte. Zu dem in München lebenden Produzenten Giorgio Moroder kam sie, nachdem sie im Musical „Hair“ in Deutschland und Österreich aufgetreten war. Die Village People allerdings, wie auch die in den Hitparaden vieler Länder vertretene Sängerinnen Gloria Gaynor, Anita Ward und die Gruppe Chic stammen aus den USA, wie auch der funkige Disco, für den sie stehen, stark im Rhythm and Blues und Soul der Afro-Amerikaner verankert ist. Die musikalischen Wurzeln der Disco-Welle liegen also zwar in den USA und vor allem in der Musik der Schwarzen, der globale kommerzielle Erfolg nimmt aber durchaus auch von anderen Ländern seinen Ausgang. Natürlich finden sich in den Charts der späten 1970er-Jahre neben Disco auch noch andere Genres. Paul McCartney reüssierte mit „Mull of Kintyre“, die Rolling Stones mit „Miss You“ und sogar die Hardrocker Kiss hatten mit dem allerdings am Disco angelehnten „I Was Made For Lovin' You“ einen internationalen Singlehit.

Abschließend soll auch noch das dritte Wellental einer genaueren Betrachtung unterzogen werden. In den Jahren 1984 bis 1986 hatten die acht in unserer Stichprobe repräsentierten Länder ein weiteres Mal eine hohe Anzahl von Hits

2 Ich bin Sahara Majumi für die Unterstützung bei der Übersetzung der internationalen Acts in der japanischen Singlehitparade zu großem Dank verpflichtet.

und Künstler gemeinsam. Es ist offensichtlich die große Zeit des *TV-Pop*. Auf globaler Ebene feierte eine Reihe von Videopopstars, die unter den Begriffen New Wave, Synth Pop, Dance Pop oder New Romantic in der ersten Hälfte der 1980er-Jahre bekannt wurden, große Erfolge. Da es sich fast ausschließlich um britische Acts handelte – eine Ausnahme bildete die Gruppe Berlin aus Los Angeles, die mit „Take My Breath Away“ auch in Europa punktete –, ist von der Second British Invasion die Rede. Und viele von ihnen verdanken ihren Erfolg der neuen Promotionsplattform MTV, mit der das visuelle Image der Künstler und Künstlerinnen ins Zentrum rückt. Acts wie Tears for Fears, Bronski Beat, Duran Duran, die Pet Shop Boys, Eurythmics, Simple Minds, Bananarama, Culture Club, Depeche Mode, Level 42 und die stärker im Popmainstream verankerten wie Boy George, Wham! und Frankie Goes to Hollywood spielten in den Charts Mitte der 1980er-Jahre nicht nur in Europa eine zentrale Rolle.³ Wichtiger noch war ein Ereignis 1985, das zum Inbegriff der musikalischen Globalisierung wurde: das am 13. Juli 1985 von London, Philadelphia und Sydney aus in alle Welt übertragene Charity-Spektakel Live Aid. Das Anliegen, die Hungersnot in Äthiopien der Weltbevölkerung zu Bewusstsein zu bringen und Spenden für Ernährungs- und Entwicklungsprogramme zu werben, wurde zweifellos erfüllt – Zeitungsberichten zufolge wurden 67 Millionen US-Dollar akquiriert – und soll hier keiner politischen Bewertung unterzogen werden (siehe dazu Garofalo 1992; Ullestad 1992). In unserem Kontext von Interesse ist aber die Tatsache, dass damit die globale Vermarktung von Musik eine neue Dimension erreicht. Zum einen ermöglichte die ausgereifte Satellitentechnologie eine zeitgleiche Übertragung von Musik im globalen Maßstab und zum anderen wurden die Popmusik und ihre Interpreten in einem völlig neuen Ausmaß zu Werbeträgern der Konsumgüterindustrie. „Mega-concerts may be uniquely capable of generating mega-sums of money, but they are equally capable of opening new markets, constructing new audiences, and delivering new consumers. Artists, record companies, and advertisers such as Pepsi, Eastman-Kodak, AT&T, and Chevrolet, for example, gained access to international audience of 1.5 billion people very cheaply because of the ‚humanitarian‘ nature of the event.“ (Garofalo 1992, 27) In gleicher Weise versinnbildlicht das im selben Jahr aufgenommene Lied „We Are the World“ nicht nur das humanitäre Anliegen der daran beteiligten Künstler und Künstlerinnen, sondern auch die neuen Strategien des globalen Marketings. Der Musikschriftsteller Greil Marcus meinte auch, dass dieser Song, der in allen acht Ländern unserer Stichprobe vertreten ist, weniger etwas über die Solidarität mit Äthiopien aussagen würde

3 Interessanterweise spielt der britische Videopop in den Charts Japans so gut wie keine Rolle. Die Vermarktung der Popstars im Fernsehen war in Japan schon in den 1970er-Jahren von großer Bedeutung. Insofern waren die japanischen Stars des so genannten „Idol Pop“ schon früh über ihr visuelles Image am heimischen Markt etabliert (Launey 1995, 208). Dies mag mit ein Grund dafür sein, dass die Anfang der 1980er-Jahre verstärkt über Videoclips beworbenen britischen Acts keinen Wettbewerbsvorteil gegenüber lokalen Künstlern hatten.

als über Pepsi. Immerhin klinge er auch wie eine Werbejingle und die Zeile „There's a choice we're making“ erinnert frappant an die Pepsi-Slogan „The choice of a new generation“ (Garofalo 1992, 29). Michael Jackson, der den Song zusammen mit Lionel Richie schrieb, hatte auch zwei Jahre zuvor einen Werbevertrag mit der amerikanischen Getränkemarken, obwohl man den Autoren des Charity-Songs keine böse Absicht unterstellen soll. Die beiden Stars wie auch viele andere, die bei Live Aid bzw. „We Are the World“ mitwirkten, hatten in den drei Jahren, die hier zur Debatte stehen, teilweise unabhängig, teilweise in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Mega-Spektakel stehende Hits in den Ländern unserer Stichprobe, wie z.B. Mick Jagger, David Bowie, Queen, Elton John, Phil Collins, Peter Gabriel, Cyndi Lauper, Lionel Richie, Madonna, Stevie Wonder, Tina Turner. Was immer die konkrete Ursache für ihren globalen Erfolg war, festzuhalten gilt es, dass Mitte der 1980er-Jahre audiovisuelle Medien wie Musikfernsehen und Satellitenübertragung eine neue Ära des globalen Musikmarketings einleiteten, das in einem engen Verhältnis zur Konsumgüterindustrie steht. Dem Crossmarketing verdankt auch Ray Parker Jr. seinen globalen Erfolg, wenngleich mit einem Medium, das in den Jahrzehnten zuvor auch schon zum Einsatz kam: Er komponierte den Titelsong zum Film „Ghostbusters“ und landete damit 1984 einen weltweiten Hit. Trotz der offensichtlichen Dominanz britischer und US-amerikanischer Acts gelang es auch ein paar nicht anglo-amerikanischen Künstlerinnen und Künstlern überregional zu punkten. Die norwegische New Wave-Gruppe A-Ha hatte mit „Take on me“ Erfolg, die „99 Luftballons“ der deutschen Sängerin Nena waren nicht nur im deutschsprachigen Raum in den Charts, sondern auch in England und den USA und sogar zwei österreichische Popstars, Falco und Opus, brachten es mit „Rock Me Amadeus“ und „Live Is Life“ im selben Jahr zu internationalen Chartserfolgen.

Der weitere Verlauf in Grafik 6.2 (siehe S. 191) ist schwer zu interpretieren. Am Wellental Mitte der 1990er-Jahre lässt sich weder ein bestimmtes musikalisches Genre, noch eine spezifische Marketingstrategie erkennen. Der Veränderungen sind auch zwar auf insgesamt niedrigerem Level, d.h. bei höherer globaler Homogenität geringfügig. Zudem spielen Singles in den 1980er- und 1990er-Jahren nur mehr eine untergeordnete Rolle. Allenfalls könnte man auf die Teenie-Acts zur Jahrtausendwende verweisen, die neue Maßstäbe der Vermarktung setzten. Ihre enormen Verkaufszahlen zeugen von einer globalen Reichweite und der perfekten weltweiten Koordination des Marketings und Vertriebs. Das Internet spielte dabei sicherlich eine wichtige Rolle, wenngleich diese Technologie nun keinesfalls als Ursache des globalen Erfolgs dieser Teenie-Acts zu werten ist.

Die globale Geographie der Popmusik und industrielle Bedingungen

Als Fazit dieser Analyse der globalen Homogenisierungswellen kann festgehalten werden, dass es sich keinesfalls nur um musikalische Moden handelt, die einmal mehr und einmal weniger ein globales Publikum finden. Eine Analyse in der Tradition des Production-of-culture-Ansatzes zeichnet sich ja dadurch aus, dass sie kulturelle Veränderungen nicht auf die Genialität der Musiker, den Zeitgeist oder gesellschaftliche Trends zurückführt, sondern eben auf Innovationen oder Strukturverschiebungen in der Industrie. Und in der Tat lassen sich auch die drei Wellentäler aus den industriellen Bedingungen erklären. Die Phasen der stärkeren Angleichung der Charts unterschiedlichster Länder gehen immer auch mit *neuen Strategien der globalen Vermarktung* einher (siehe dazu auch Kapitel 7.2). Dies ist besonders augenscheinlich im Falle der Disco-Welle, die mit Musikfilmen wie „Saturday Night Fever“ und „Grease“ zum globalen Massenphänomen wurde. Auch Video-Clips und Satellitentechnik ermöglichten neue Formen des globalen Marketings von Musik in Kombination mit den Produkten der Konsumgüterindustrie. Crossmarketing, der Verbund von unterschiedlichen Medien wie auch von Kultur- und Konsumgütern zur gegenseitigen Bewerbung, wurde in diesen Jahren zu einem probaten Mittel einer auf ein globales Publikum abzielenden Musikindustrie. Die globalen Acts hatten gegenüber den lokalen Produktionen, die sich dieser Vermarktungsschienen nicht bedienten, sicherlich einen Wettbewerbsvorteil. Dies trifft in gewisser Weise auch auf die Musiker der ersten britischen Invasion zu, deren Image bewusst für einen Markt jugendlicher Käufer und Käuferinnen entworfen wurde und die sich der neu entstandenen Jugendmedien von den Teenager-Zeitschriften bis zu den Popradiostationen bedienten. Während etwa die nationale Schlagerproduktion in Kontinentaleuropä – deutscher Schlager, französischer Chanson oder italienische Canzonetta – noch stark an den Erwachsenen orientiert war, etablierte sich mit den „Babyboomers“ der Nachkriegsjahre die Jugendkultur als eigenständiger Markt, der bis Ende der 1960er-Jahre vor allem mit anglo-amerikanischen Importen bedient wurde.

Wie die Wellenberge in Grafik 6.2 (siehe S. 191) zeigen, waren diese Globalisierungsschübe nie von langer Dauer. Zwar ist auch in den anderen Jahren der Anteil der Hits, die in vielen Ländern gleichzeitig in den Charts notieren, hoch, doch spielen in den einzelnen Ländern, wie wir noch sehen werden, lokale Produktionen immer wieder eine wichtige Rolle. So deutet der lange Wellenberg in den 1970er-Jahren sicherlich auch auf das Erstarken lokaler Imitationen internationaler Vorbilder hin, sei es in Englisch wie etwa im Falle der Golden Earring aus den Niederlanden, in der Landessprache oder in der Verschmelzung mit lokalen Formen wie im Austropop, dem Chanson Rock oder den canzone d'autore, die alle an lokale Liedtraditionen anknüpften. Diese drei Formen lokaler Imitation finden sich in so gut wie allen Ländern, nicht nur in unserer

Stichprobe, sondern weltweit, wenn auch zu unterschiedlichen Zeitpunkten und mit unterschiedlichem Erfolg. Wie gesagt: selbst hinter dem Eisernen Vorhang und im fernen Osten fanden sich Nachahmer anglo-amerikanischer Vorbilder (vgl. Ramet und Zamascikov 1990; Siriyuvasak 1990; Mitsui 1997).

Betrachten wir die globale Geographie der Hits in den 1970er-Jahren noch etwas im Detail: Um die Nähe und Distanz der Länder zueinander gleichzeitig zu betrachten, wurden für verschiedene Perioden Matrizen des gleichzeitigen Aufscheinens von Acts gebildet. In den Zellen der quadratischen Matrizen ist jeweils angegeben wie viele Künstler und Künstlerinnen im betreffenden Zeitraum in den Charts beider Länder vorkommen.⁴ Zur grafischen Veranschaulichung wurden diese Matrizen einer multidimensionalen Skalierung unterzogen. Mit diesem Verfahren werden die einzelnen Länder in einem zweidimensionalen Raum so angeordnet, dass die Abstände zwischen den Ländern möglichst den Kehrwerten in der Matrix entsprechen. Je mehr Chartseinträge die Länder teilen, desto näher sind sie auch in der Grafik. Zudem ist die Stärke der Linien proportional zu der Anzahl gemeinsamer Acts. Die Linien, darauf sei hier noch extra hingewiesen, zeigen also keine Flüsse von Hits von einem Land zum anderen an, sondern lediglich die Ähnlichkeit der Charts (zur Herkunft der Hits siehe den nächsten Abschnitt). An zwei Beispielen sollen einige Charakteristika der globalen Zusammenhänge erläutert werden.

Was an den Grafiken 6.3 und 6.4 (siehe nächste Seite) zuerst einmal auffällt, ist die relativ große Distanz der USA zu den europäischen Ländern. Dies deutet nicht darauf hin, dass die Hits aus den USA in den Hitparaden der europäischen Länder eine untergeordnete Rolle spielten (das tun sie, wie wir sehen werden, nicht), sondern dass Amerika einen relativ eigenständigen Singlemarkt hatte und nach wie vor hat. Gerade die zahlreichen mehr oder weniger bekannten Soul- und R&B-Sänger von Bill Paul bis Sly & The Family Stone und noch mehr die Folk- und Country-Acts wie Jonathan Edwards oder die Nitty Gritty Dirt Band spielten Anfang der 1970er-Jahre in den Charts außerhalb der USA keine Rolle, obwohl sie in Nischen auch in anderen Ländern Anhänger fanden. Eigenständig sind auch die Charts in Italien und Frankreich, die damals wie auch heute noch einen hohen Anteil an heimischen Produktionen aufweisen.⁵

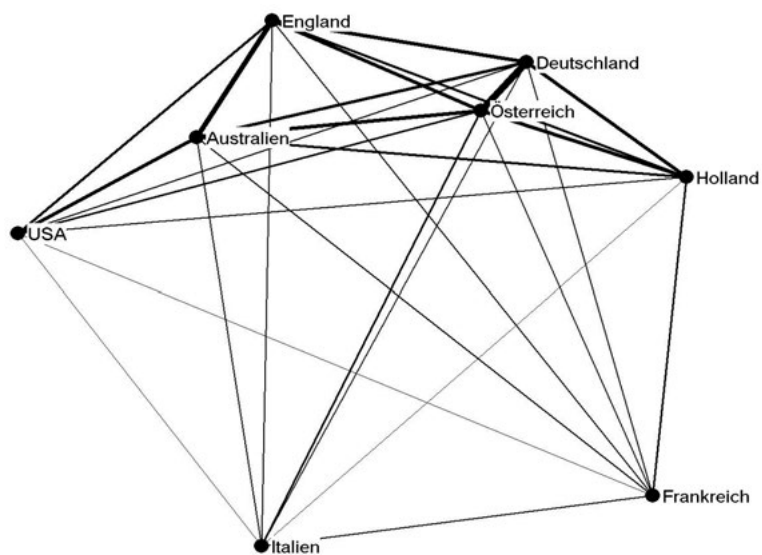
4 Die Matrix für die Jahre 1971 bis 1973 hat zum Beispiel die folgende Form:

	Aus	Deu	Eng	Fra	Hol	Ita	Öst	USA
Australien	150	36	62	14	29	18	44	48
Deutschland	36	150	46	18	50	14	85	18
England	62	46	150	15	35	15	50	34
Frankreich	14	18	15	150	23	14	20	9
Holland	29	50	35	23	150	12	48	19
Italien	18	14	15	14	12	150	23	12
Österreich	44	85	50	20	48	23	150	26
USA	48	18	34	9	19	12	26	150

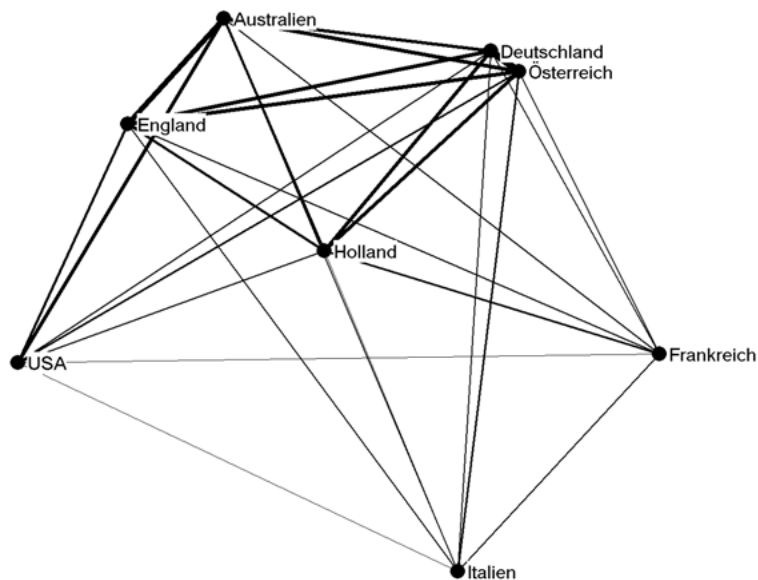
Zur Transformation und Analyse der Matrizen wurde das Netzwerkanalyseprogramm UCINET 6.0 verwendet.

5 Dass die Darstellung nur eine Annäherung ist, wird deutlich, wenn man die Grafik 6.3 mit den Matrixdaten in der Fußnote 4 vergleicht. Obwohl Italien und Österreich gleich viele

Grafik 6.3: Ähnlichkeit der Hitparaden 1971 – 1973



Grafik 6.4: Ähnlichkeit der Hitparaden 1977 – 1979



Weiters fällt die Nähe Australiens zu England auf, die offensichtlich auch in musikalischer Hinsicht einen Common Wealth bilden. Dass Deutschland und Österreich sehr eng beisammen liegen, überrascht nicht. Eher schon die Randlage Hollands, die eine relativ große Distanz zu England wie zu den USA verdeutlicht. Diese wurde allerdings am Ende des Jahrzehnts zugunsten einer zentralen Position aufgegeben (Grafik 6.4). Holland teilt nun mit allen Ländern – etwas weniger mit Italien – eine hohe Anzahl von Acts. Insgesamt sind mit der Disco-Welle, wie wir an der Grafik 6.2 (siehe S. 191) schon beobachten konnten, die Länder einander näher gerückt. Alle Verbindungslinien wurden stärker, sowohl die USA als auch Frankreich rückten von ihren Randpositionen etwas ab, wenngleich die Verschiebungen relativ gering sind. Hier sollte auch nur einmal ein erster Eindruck vom Verhältnis der Länder zueinander gegeben werden. Zudem lässt sich bereits an den wenigen Beispielen ermessen, was eine formale Netzwerkanalyse globaler Zusammenhänge zu leisten vermag. Die Vorteile dieser Techniken müssten allerdings an umfassenderen Datensammlungen bekräftigt werden.

Die ersten Datenanalysen machten deutlich, dass in Abhängigkeit von neuen Marketinginstrumenten Phasen größerer globaler Heterogenität von Phasen der Homogenisierung abgelöst werden. Britisch Invasion, Disco und Videopop stehen für drei Innovationen im Marketing, die offensichtlich zu einer stärkeren globalen Verbreitung von im Singlemarkt nachgefragten Tageshits geführt haben. In Kapitel 7.2 werden Gründe angeführt, warum mit spezifischen Strategien auch globale Wettbewerbsvorteile verbunden sind. Hier soll nochmals die Wichtigkeit von ländervergleichenden Betrachtungen betont werden. In der Popmusikforschung werden die lokalen Entwicklungen der Popmusik in der Regel aus den nationalen Besonderheiten und den damit im Zusammenhang stehenden lokalen Bedürfnissen der Produzenten und Rezipienten erklärt. Die nationalen Besonderheiten spielen zweifellos eine wichtige Rolle und sollen im nächsten Abschnitt noch näher betrachtet werden. Eine die globale Perspektive aussparende Analyse führt aber schon alleine deshalb zu unplausiblen Ergebnissen, weil sie nicht in der Lage ist zu erklären, warum in unterschiedlichen Ländern zur selben Zeit das Bedürfnis nach der gleichen Form des musikalischen Ausdrucks entsteht. Das hohe Maß an globaler Gleichzeitigkeit und Homogenisierung lässt sich nur verstehen, wenn man es mit den Imperativen der transnationalen Musikindustrie in Verbindung bringt.

Interpreten teilen wie Frankreich und Holland ist der Abstand ersterer zueinander größer als zwischen den beiden letzten. Dies ist auf Spezifika des Algorithmus zurückzuführen.

6.3 Konzentration im Mainstream

Konzentrationsmaße

Bislang bewerteten wir Globalisierung nur unter dem Aspekt der Angleichung verschiedener Regionen. Dies sagt aber noch nichts über das Ausmaß der lokal verfügbaren und nachgefragten Vielfalt an Musik aus. Während Vielfalt im Sinne der Anzahl von Nischen im nächsten Abschnitt näher betrachtet wird, soll hier die Konzentration im Mainstream im Zentrum der Analyse stehen. Zur Messung von Vielfalt bzw. Homogenisierung im Sinne der Konzentration auf einige wenige (etablierte) Superstars findet sich in der einschlägigen Literatur ein Maß, das sich für die Analyse von industriellen Bedingungen der Produktion der Musik als nützlich erwiesen hat. Peterson und Berger (1975), Burnett (1990), Lopez (1992) und Dowd (2004) ziehen die Zahl der Nummer One- bzw. Top Ten-Hits eines Jahres für die Bewertung heran. Eine hohe Zahl unterschiedlicher Songs in einer festgelegten Periode gilt ihnen als Indiz für die Vielfalt musikalischer Produktion, wenige Songs würden auf Homogenisierung hinweisen. Die Anzahl neuer Künstlerinnen und Künstler (im Verhältnis zu den etablierten) in den Charts eines Jahres ermöglicht zusätzlich die Bewertung der Innovation. Von Peterson und Berger werden daneben auch die Liedertexte in Hinblick auf ihren Themenreichtum analysiert. Über die Herkunft der Interpreten und die Beschaffenheit oder Komplexität der Musik ist damit nichts ausgesagt, und die Brauchbarkeit dieser Indikatoren wurde immer wieder in Frage gestellt (Alexander 1996, 172; Hesmondhalgh 2002, 233f.). Peterson selbst konzediert, dass die Maße, die für die 1950er-Jahre sehr wohl das Vordringen des Rock'n'Roll auf Kosten etablierter Mainstreampopstars und somit die Zunahme von Vielfalt im amerikanischen Schallplattenmarkt indizieren, in den darauffolgenden Jahren eher auf eine Art ästhetische Entwertung hindeuten. An die Stelle von Produktionen erfahrener Musiker und Musikerinnen tritt eine Vielzahl standardisierter, ähnlich klingender Derivate, mit denen der Markt überschwemmt wird (Peterson und Anand 2004, 176).

Obwohl die Maße zumindest für manche Perioden der Popmusikgeschichte durchaus so etwas wie Vielfalt und Innovation repräsentieren, Konzentrationsmessungen in Bezug auf die Hits bzw. die Künstler im eigentlichen Sinne sind auf der Basis von Hitparaden nicht möglich, da über die Marktanteile nichts bekannt ist: die Nummer 1 kann lediglich ein paar Tonträger mehr als die Nummer 2 abgesetzt haben oder auch doppelt so viele. Leider sind detaillierte tonträgerbezogene Verkaufszahlen so gut wie unzugänglich. Eine äußerst grobe Schätzung lässt sich lediglich über die Verleihung von so genannten Silbernen, Goldenen oder Platin-Schallplatten vornehmen, die für den Verkauf einer bestimmten Menge an Tonträgern verliehen wird. Die Schwellenwerte sind an die Größe des jeweiligen Marktes angepasst und haben sich im Laufe der Geschichte immer wieder verändert. Während etwa in kleinen Ländern

wie Österreich, Belgien, Finnland oder Südkorea 30.000 verkaufte Alben reichen, um eine Platin-Schallplatte verliehen zu bekommen, ist in England und Frankreich ein Absatz in der Höhe von 300.000 gefordert. In den USA wird der Platinum Award überhaupt erst bei einer Million verliehen (IFPI 2005c, 150f.). Eine auf das Jahr bezogene Bewertung des Marktanteils wird insofern noch erschwert, als der Absatz auf recht unterschiedliche Zeitspannen bezogen ist. Während Künstler gerade im Rockbereich wie etwa Bruce Springsteen oder die Red Hot Chili Peppers über Jahre hinweg aufgrund des anhaltenden Interesses der Hörer und Hörerinnen immer wieder Auszeichnungen für lange zurückliegende Veröffentlichungen erhalten, häufen Popacts oft in einem Jahr mehrere Goldene oder gar Platin-Schallplatten an, bevor sie dann mehr oder weniger in Vergessenheit zu geraten.

Die folgende Schätzung beruht auf den Angaben zur Verleihung der *IFPI Platinum Europe Awards*, die seit 1996 für den Verkauf von mehr als einer Million eines Albums in Europa verliehen werden (vgl. http://www.ifpi.org/site-content/platinum/platinum_intro.html). Um dem Problem der unterschiedlichen Länge der Verkaufsperioden der Preisträger beizukommen, wurde für Tonträger, die bereits in den Jahren zuvor ausgezeichnet wurden, nur der Zuwachs von mindestens einer Million im jeweiligen Jahr gewertet. So sind etwa für das Album „Backstreets Back“ der Backstreet Boys 1997 drei, 1998 fünf Platin-Auszeichnungen eingetragen, in die Rechnung für 1998 sind verständlicherweise nur die zwei eingegangen, die dazu gekommen sind. Sting hingegen, der 1998 für sein Album „Fields of Gold“ den vierten Award erhält, blieb unberücksichtigt, da sich der Zuwachs von seinen drei Platin-Schallplatten, die er 1996 erhielt, über zwei Jahre erstreckte, d.h. 1998 unter einer Million blieb. Von allen anderen Schallplatten mit je einer Auszeichnung wurden nur jene berücksichtigt, die im Referenzjahr veröffentlicht wurden, um sicher zu gehen, dass der Verkauf im Jahr nicht weniger als eine Million betrug. Mit dieser zugegebenermaßen sehr fehleranfälligen Vorgangsweise erhält man all jene Alben, von denen in einem Jahr mehr als eine Million abgesetzt wurde. 1998 waren dies immerhin 42, wobei von fünfzehn – „Let’s Talk About Love“ von Celine Dion, „Ray Of Light“ von Madonna, „Ladies And Gentlemen – The Best of George Michael“ von George Michael, „The Best of 1980 – 1990“ von U2, „Aquarium“ von Aqua, „Romanza“ von Andrea Bocelli, „Backstreets Back“ von den Backstreet Boys, „Eros“ von Eros Ramazzotti, „Hits“ Phil Collins, „I’ve Been Expecting You“ von Robbie Williams, „Spiceworld“ von den Spice Girls, „Supposed Former Infatuation Junkie“ Alanis Morissette, „Talk On Corners“ von den Corrs, der Soundtrack zu Film „Titanic“ und „Where We Belong“ von Boyzone – sogar mehr als zwei Millionen verkauft wurden. Die Liste ist auch in musikalischer Hinsicht nicht uninteressant, da sie – vorwissenschaftlich betrachtet – mindestens vier unterschiedliche „Genres“ und damit auch Käufer-Gruppen erkennen lässt, die sich in Anlehnung an die Radioformate als Teenie-orientiertes Hot Contemporary (Aqua, Backstreet Boys, Spice Girls, Boyzone),

Adult Contemporary (Madonna, Alanis Morissette, The Corrs, eventuell auch Madonna und Robbie Williams), „Oldie“-basierte Musik für Erwachsene (Phil Collins, eventuell auch Eros Ramazotti und George Michael) und Musik in der Nähe zum Schlager, die von der Industrie aber nicht selten auch als „classical“ etikettiert wird (Andrea Bocelli), nennen ließen. Nicht unerwähnt soll Florent Pagnys Album „Savoir Aimer“ bleiben, das vom starken französischen Markt und der Relevanz lokaler Produktionen zeugt. Summiert man die Verkäufe jener Künstlerinnen und Künstler, die 1998 mehr als eine Million Tonträger abgesetzt haben, und setzt man einen durchschnittlichen Einzelhandelspreis von fünfzehn US-Dollar so kommt man auf einen Marktanteil von rund einer Milliarde US-Dollar, bezogen auf den Gesamtumsatz von 1998 (siehe Tabelle C im Anhang, S. 325ff.) sind das acht Prozent. Die zwanzig Topseller kommen nach dieser Rechnung auf einen Marktanteil von mehr als fünf Prozent. Die Rechnung ist, wie gesagt, eine sehr grobe Annäherung: So liegt der tatsächliche Gesamtabsatz jener zwanzig Topseller wahrscheinlich um einiges darüber, da ja alle Verkäufe, die eine Million überschreiten, aber unter der nächsten Million bleiben, unberücksichtigt blieben. Unklar ist auch, wie dieser Marktanteil zu interpretieren ist. Bezogen auf alle Neuerscheinungen eines Jahres, die Ende der 1990er-Jahre wohl in die Zehntausend gingen (siehe nächstes Kapitel), würde er lediglich von einer Ungleichverteilung zeugen, wie sie auch von Einkommensverteilungen in Volkswirtschaften her bekannt ist.⁶ Zu klären wäre auch, ob die Verteilung einfach nur Ausdruck der unterschiedlichen Bewertung der Künstler durch die Konsumentinnen und Konsumenten oder Folge systematischer Benachteiligungen am Markt ist (siehe dazu das Kapitel 7). Aussagekräftig wäre die Zahl nur in einem enorm aufwendigen Vergleich mit Zahlen aus anderen Perioden oder Regionen. Die Berechnung dieses Maßes in derselben Weise auf Basis der IFPI Platinum Europe Awards für das Jahr 2003 ergab einen ähnlichen Marktanteil der 20 Topseller wie fünf Jahre zuvor, wenngleich der Markt insgesamt beträchtlich geschrumpft ist (siehe Tabelle C im Anhang, S. 325ff.). Insofern ist auch die Zahl jener, die in diesem Jahr die Ein-Millionen-Grenze überschritten haben, mit 33 viel niedriger als noch 1998. Mehr als zwei Millionen verkauft haben nur acht Interpreten bzw. Interpretinnen: Robbie Williams, Norah Jones, Dido, Coldplay, Pink, Evanescence, R.E.M. und The Eagles. Eine Zu- oder Abnahme der Konzentration auf Superstars ist nicht zu erkennen. Dass Superstars in der Musikindustrie aber eine wichtige Rolle spielen, ist unbestritten.

6 So verdienten etwa in Österreich 2004 1,4 Promille der unselbständigen Beschäftigten rund 1,8 Prozent vom Gesamtbruttoeinkommen (Statistik Austria 2006, 54). Berechnungen unter Berücksichtigung des unselbständigen Einkommens wie auch des Vermögens würden eine noch viel höhere Konzentration am oberen Ende der Einkommensverteilung zu Tage fördern.

„Heimischer Anteil“ als Index der Vielfalt und Konzentration?

Wenden wir uns nun der Frage der lokalen Konzentration auf Repertoires spezifischer Herkunft bzw. spezifischer Sprache zu. In der Übersicht 6.1 (S. 204ff.) ist für die acht Länder der Stichprobe der jährliche Anteil an heimischen Produktionen in den Top 50 eines Jahres im Verlauf über mehrere Jahrzehnte dargestellt. Dieser heimische Anteil ist sowohl in Bezug auf die Herkunft der Interpretinnen und Interpreten (durchgezogene Linien in der Grafik) als auch hinsichtlich der Sprache (kurze Striche) des Singlehits bzw. des Albums definiert. Während die Kodierung der Sprache keine Schwierigkeiten bereitete,⁷ bedurfte es bei der Kodierung der Herkunft handhabbarer Zuteilungsregeln. Bei Bands ist die Herkunft über den Ort der Gründung definiert, bei den Interpretinnen und Interpreten über den Ort des ersten kommerziellen Erfolgs, wobei angenommen wurde, dass dies in den meisten Fällen der Geburtsort war. Wo es berechnete Vermutungen über eine Abweichung von dieser Annahme gab – wie etwa in dem bereits erwähnten Fall Freddy Mercurys, der in Sansibar zur Welt kam –, wurde in den verfügbaren biographischen Angaben nachrecherchiert. Als Quellen dienten vor allem die Datenbank <http://www.allmusic.com> und Frank Laufenberg's Rock & Pop Lexikon (Laufenberg 1998). Über aktuelle Acts konnte über die herkömmlichen Internetsuchmaschinen einiges in Erfahrung gebracht werden. Bei Duetten und Terzetten wurde aus technischen Gründen jeweils nur die Herkunft des/der Erstgenannten berücksichtigt.⁸ Größere Probleme bereitete die Kodierung der Albumcharts nach der Herkunft der Interpreten und Interpretinnen, da sie einen hohen Anteil von Samplern enthalten. Die Herkunft wurde daher nur für die drei englischsprachigen Länder, wo ja eine Kodierung hinsichtlich der Landessprache wenig sinnvoll wäre – kodiert (strich-punktierte Linien in den Grafiken). Für alle anderen wurde, sofern überhaupt verfügbar, nur der Anteil der Alben mit Titel in der Landessprache berücksichtigt (punktierte Linien).

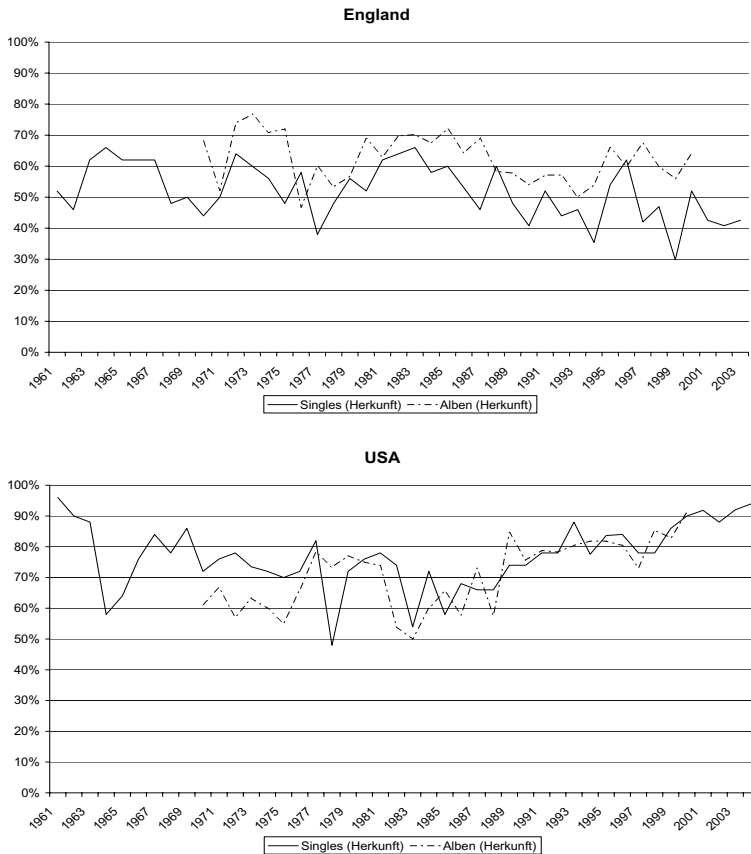
Die folgende Darstellung zielt auf die Identifizierung von Parallelen und Differenzen in der musikalischen Entwicklung der acht Länder ab. Eine angemessene Würdigung der lokalen Musikproduktion und der lokalen Produktionsbedingungen würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dazu

⁷ In einzelnen Fällen mag vielleicht die Sprache des Titels von der des Liedtextes abweichen.

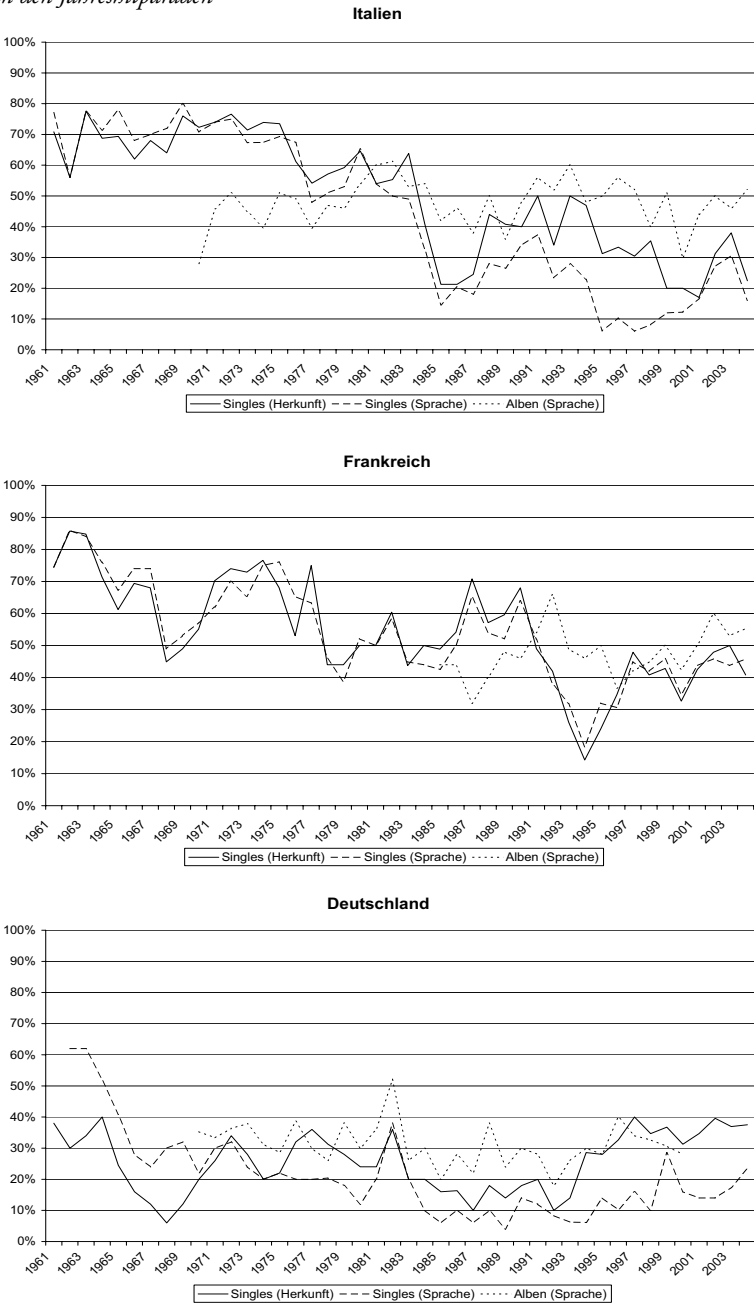
⁸ Der ursprüngliche Datensatz, dem auch Hitparaden aus Brasilien, Kanada und der Schweiz beigelegt waren, umfasste 32.850 Album- und Singlehiteintragungen. Es handelte sich dabei um rund 17.000 verschiedene Titel von nicht ganz 6.200 Acts (wobei Duette oder Terzette aus technischen Gründen als eigener Act gerechnet werden). Nur für 300 der Acts, also fünf Prozent konnte die Herkunft nicht recherchiert werden, wobei der Rechercheaufwand gering zu halten war. Die fehlenden Werte liegen aber ohnehin im Bereich des statistisch Vertretbaren. Ich möchte in diesem Zusammenhang noch einmal Gabriele Schuster, Michael Parzer und David Punz für die äußerst sorgfältige Kodierung danken.

bedürfte es zudem der Einbindung von lokalen Experten, was aufgrund der zeitlichen und budgetären Beschränkungen nicht realisierbar gewesen wäre. Natürlich wurde so gut wie möglich die verfügbare (englisch- und deutschsprachige) Literatur berücksichtigt. Dennoch bin ich mir der Unzulänglichkeit der Analyse und der Gefahr von Fehlinterpretationen bewusst. In weiteren Forschungsprojekten wäre zu klären, in welcher Weise globale und lokale

Übersicht 6.1: Heimisches Repertoire und Hits in der Landessprache in den Jahreshitparaden

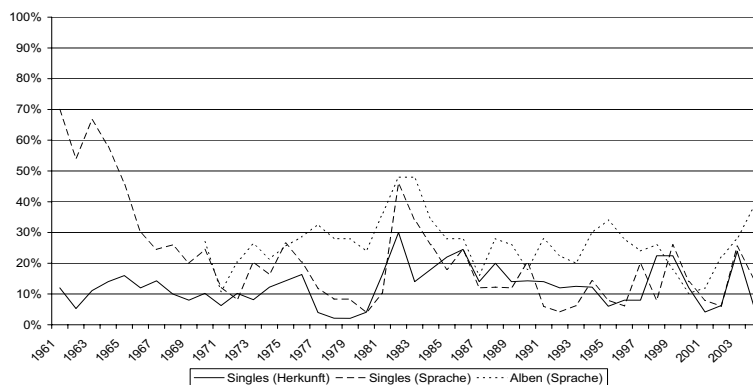


Übersicht 6.1 (Fortsetzung): Heimisches Repertoire und Hits in der Landessprache in den Jahreshitparaden

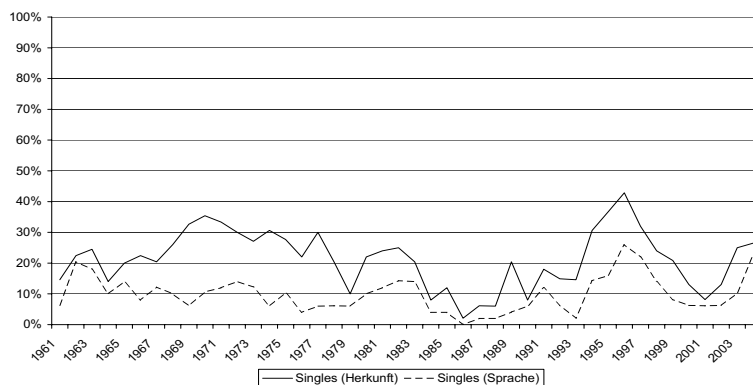


Übersicht 6.1 (Fortsetzung): Heimisches Repertoire und Hits in der Landessprache in den Jahreshitparaden

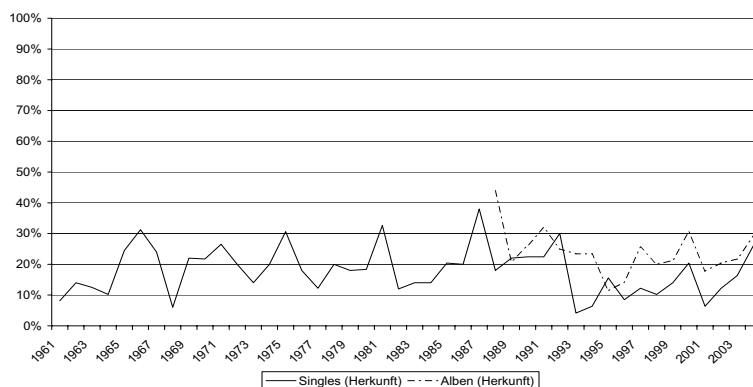
Österreich



Holland



Australien



Faktoren ineinander greifen. Die Ergebnisse zeugen aber, wie ich meine, von der Sinnhaftigkeit eines systematischen Ländervergleichs.

Beginnen wir mit dem *Vergleich des Anteilniveaus* von heimischer Produktion⁹ bzw. Produktionen in der Landessprache. In den USA ist, was wenig überrascht, der Anteil des heimischen Repertoires in den Single- wie auch in den Albumcharts am höchsten, wenngleich er nicht immer so hoch war wie in den letzten Jahren. Am anderen Ende liegen die bevölkerungsmäßig kleinen Länder wie Österreich, Holland und Australien, die schon aufgrund ihrer Größe für musikalische Importe anfälliger sind. Nichtsdestotrotz konnte vor allem Australien mit einer Reihe von Acts auch international auf sich aufmerksam machen. Die Gibb-Brüder, die zwar in England aufgewachsen sind und ihren internationalen Erfolg einem britischen Label verdanken, eroberten von Australien aus bereits in den 1960er-Jahren als BeeGees die internationalen Charts. Nach den Charterfolgen der Little River Band in den USA folgte in den 1980er-Jahren eine ganze Reihe von musikalisch recht unterschiedlichen australischen Acts wie AC/DC, Men At Work, INXS, Midnight Oil, Jason Donovan und Kylie Minogue. Mit Savage Garden und Natalie Imbruglia fanden auch Ende der 1990er-Jahre australische Acts in die internationalen Hitparaden, wenngleich Imbruglia ebenfalls in Großbritannien ihre kommerzielle Heimat fand. Zumindest in den 1970er-Jahren war auch Holland ein nicht unwichtiger Exporteur von Pop- und Rockmusik. Rockbands wie Golden Earring, Ekseption, Earth & Fire, Focus und Cats und Pop von George Baker, Shocking Blue, Tee Set, Pussycat und Luv' fanden auch jenseits der Grenzen Beachtung. Dazu kommen noch ein paar Künstler im Schlagerbereich (Heintje, Vader Abraham und die Schlümpfe, André Rieu). Österreichische Künstler und Künstlerinnen spielen, sieht man von den drei Einzellerscheinungen Falco, Opus und DJ Ötzi einmal ab, am international Markt keine Rolle. Lediglich in Deutschland finden sich hin und wieder auch österreichische Acts in den Charts. Der Vergleich der drei Länder macht aber schon einmal eines deutlich: So sehr der Anteil der heimischen Produktionen in den Hitparaden von der Größe des Landes abhängt, so wenig lässt sich der Erfolg des Repertoires im Ausland darauf zurückführen. Offensichtlich sind kleinere Länder nicht in gleicher Weise wie große Länder in der Lage, die Nachfrage nach populärer Musik mit Produktionen im Land zu befriedigen. Eine stärkere Konzentration internationalen Repertoires ist die Folge. Der Erfolg heimischer Produktionen im Ausland ist aber vielmehr eine Frage der Anglisierung der Produktion, wobei englischsprachige Länder einen Vorteil haben. Dennoch gelang es den Niederländern früh, mit englischsprachigen Imitationen der anglo-amerikanischen Rock- und Popmusik international zu überzeugen.

9 Der Einfachheit halber wird im Folgenden der Ausdruck „heimische Produktion“, der wohl in erster Linie Tonträger von heimischen Produzenten meint, synonym mit dem Ausdruck „Produktionen heimischer Künstler und Künstlerinnen“ verwendet. Die Übereinstimmung mit den Statistiken der IFPI, in der „domestic repertoire“ über den Sitz des Labels definiert ist, rechtfertigt meiner Meinung diese Vereinfachung.

Bleiben wir bei den englischsprachigen Ländern. Die Grafik für *Australien* zeigt keine eindeutige Tendenz. Der Anteil des heimischen Repertoires schwankt von Jahr zu Jahr relativ stark auf niedrigem Niveau. Die Anteilsangaben für die umsatzmäßig relevanten Albumcharts, die ab 1988 zur Verfügung stehen, stimmen im Übrigen exakt mit den Statistiken der IFPI überein (siehe Tabelle A im Anhang, S. 319 ff.). Der „domestic share“ liegt seit Anfang der 1990er-Jahre zwischen zwanzig und dreißig Prozent mit einer einmaligen Abweichung auf zwölf Prozent 1996. Nur für das Jahr 1988 – das Jahr, in dem unsere Aufzeichnungen beginnen – weisen die Statistiken eine ungewöhnliche Spitze aus: Viele der genannten internationalen Acts wie auch in Europa weniger bekannte Rockstars wie Jimmy Barnes und John Farnham hatten in diesem Jahr Alben in den Charts. Interessanterweise hatten mehr als die Hälfte der 1988 in den Jahres-Top 50 notierten Künstler und Künstlerinnen im Jahr zuvor auch eine Single unter den Top 50, was auf die anhaltende Bedeutung der Single als Promotiontool hindeutet und die Sinnhaftigkeit der Auswertung von Singlecharts unterstreicht. Angesichts der Fluktuation des Erfolgs australischer Musikerinnen und Musiker am Inlandsmarkt, macht es wenig Sinn, sich über Ursachen des Anstiegs oder Abstiegs Gedanken zu machen. Hier wie auch in anderen Ländern gilt es zur Kenntnis zu nehmen, dass ein großer Teil der Veränderung auch dem Zufall zu verdanken ist.

Beim Vergleich der anderen Länder miteinander werden dennoch einige globale Zusammenhänge sichtbar. Die Entwicklungen in *Großbritannien* und den *USA* verlaufen in manchen Phasen geradezu komplementär, was auf eine hohe Interdependenz der Märkte hindeutet. Unübersehbar ist die British Invasion von 1964, als die Beatles mit sechs Hits gleichzeitig in den Top 50 des Jahres waren. Zusammen mit anderen englischen Gruppen wie etwa den Animals, Manfred Mann, den Dave Clark Five, Herman's Hermits, Gerry & The Pacemakers änderten sie kurzfristig die Verhältnisse in den amerikanischen Singlecharts. Die amerikanische Industrie reagierte schnell: Zum einen war Anfang der 1960er-Jahre mit Motown, dem ersten Label unter der Leitung eines Afro-Amerikaners, ein Unternehmen entstanden, das mit seinem speziellen, an die afro-amerikanische Tradition anknüpfenden, aber dennoch auf ein breites Publikum abzielenden Sound (z.B. Supremes, Temptations, Four Tops, Marvin Gaye, Stevie Wonder) Marktanteile behaupten konnte. Zum anderen entstanden etwa mit den Monkees, den Lovin' Spoonfull oder The Mamas & The Papas als direkte Reaktion auf die British Invasion eine Reihe mehr oder weniger erfolgreiche Gruppen weißer Musikerinnen und Musiker. In den frühen 1970er-Jahren ist vor allem das Auseinanderfallen der Verläufe in den Album- und Singlecharts sowohl in den USA als auch in Großbritannien bemerkenswert – allerdings wiederum genau entgegengesetzt. In der Tat konnten sich in den amerikanischen Singlecharts eine Reihe von US-amerikanischen Popacts halten, während in den Albumcharts englische Rockgruppen, die zuweilen auch unter den Labels Progressive oder Art Rock liefen, eine viel größere Rolle spielten. The Who, Emerson, Lake and Palmer, Yes, Jethro Tull, the Moody Blues und Pink Floyd spielten neben den britischen Hardrockern

wie Led Zeppelin, Black Sabbath und Deep Purple in den US-Album-Charts eine wichtige Rolle. In England war der Anteil heimischer Produktionen in jenen Jahren dementsprechend hoch, wohingegen im Singlemarkt die Konkurrenz der weißen wie schwarzen Popacts aus den USA spürbar war. Das Ende der 1970er-Jahre ist in dieser vergleichenden Betrachtung nicht auf eine Formel zu bringen. Zum einen gewinnt in den USA ein recht bunter Mix aus Südstaatenrock (Lynyrd Skynyrd, Eagles), Soul (Marvin Gaye, Stevie Wonder), Funk (Chaka Khan, Earth Wind & Fire, Funkadelic), Disco (Chic, Village People) und einzelnen Singer/Songwriters (John Denver, Linda Ronstadt, Barry Manilow) an Relevanz. Die Singlecharts erfuhren nur einmal einen Einbruch, als 1978 mit Abba, den BeeGees, Donna Summer und Heatwave ein paar in Europa produzierte Disco-Acts in die US-Charts gelangten, die wohl gemerkt biographisch wie auch musikalisch zum Teil stark in der US-amerikanischen Musik verwurzelt waren. In Großbritannien war diese Euro-Disco-Welle schon im Jahr zuvor zu spüren gewesen, als mit Abba, Baccara, Boney M und Space eine beträchtliche Menge kontinentaleuropäischer Acts in den Charts vertreten war. Anfang der 1980er-Jahre lässt sich noch einmal jene Gegenläufigkeit der Entwicklung beobachten wie schon in den Jahrzehnten zuvor, wobei diesmal die New Wave-Acts aus England, von denen im vorigen Abschnitt schon die Rede war, in die Singles- wie auch in die Album-Charts der USA gelangten. Diese britischen Künstler behaupteten sich natürlich auch im eigenen Land, obgleich hier wieder das Phänomen zu beobachten ist, dass die Singlecharts für Popmusik aus dem Ausland offener sind. Für die 1990er-Jahre lässt sich in den US-Charts ein konstantes Ansteigen des heimischen Anteils, der nun auch laut IFPI-Statistiken etwas über neunzig Prozent liegt (siehe Tabelle A im Anhang, S. 319ff.), ausmachen, während sich der entsprechende Anteil in Großbritannien um die fünfzig Prozent bewegt. Hier weichen unsere Angaben von den IFPI-Statistiken ab, obwohl etwa die beiden Spitzen im Verlauf des Albumanteils Mitte der 1990er-Jahre nicht unplausibel sind: Es ist die große Zeit des Britpop (Oasis, Blur, Pail Weller), der britischen Teenie-Groups (Spice Girls, Take That, Wet Wet Wet) wie auch der elektronischen Musik britischer Provenienz (Massive Attack, Portishead, Chemical Brothers). Wohingegen die Einbrüche am Singlemarkt 1994 und 2000 keine musikalischen Charakteristika erkennen lassen: Zu diesen Zeitpunkten findet sich neben Rock und Pop vor allem amerikanischer Rhythm and Blues und Rap.

Bei diesen Beschreibungen handelt es sich natürlich um Vereinfachungen, da die Verteilungen in unseren Statistiken immer auch durch Gruppen und Künstler beeinflusst sind, die sich nicht unter die Trends subsummieren lassen. So finden sich sowohl in den USA als auch in Großbritannien zu den unterschiedlichsten Zeiten immer wieder auch Gruppen aus anderen Ländern wie etwa Australien, und viele Künstler, die für einen der hier genannten Trends stehen wie z.B. die Rolling Stones für die British Invasion oder Genesis für Progressive Pop waren auch in anderen Perioden international erfolgreich. Dies gilt es auch bei der Betrachtung der anderen Länder zu bedenken.

Wenden wir uns nun den *kontinentaleuropäischen Ländern* in unserer Stichprobe zu. Am Singlemarkt sowohl der romanischen als auch der deutschsprachigen Länder lässt sich auf jeden Fall ein Prozess der Anglisierung ausmachen, wenn auch in unterschiedlichem Tempo. Das Niederländische spielte in den Popcharts Hollands schon zu Beginn unseres Untersuchungszeitraums eine untergeordnete Rolle. In Deutschland und Österreich vollzieht sich die Anglisierung der Charts relativ früh und schnell bereits zu Beginn der 1970er-Jahre, in Italien kontinuierlich, aber deutlich über alle vier Jahrzehnte. Nur in Frankreich hält sich auch in den Singlecharts die französische Sprache, obwohl sie im Vergleich zu den frühen 1960er-Jahren an Bedeutung verloren hat. Betrachten wir die Entwicklungen im Einzelnen.

In den Singlecharts *Italiens* der 1960er-Jahre waren internationale Acts sieht man von Paul Anka, Chubby Checker, den Beach Boys, den obligatorischen Beatles, Rolling Stones und ein paar anderen einmal ab, eher unterrepräsentiert. Auffällig ist ein relativ hoher Anteil französischer Stars und zwar sowohl Chansonniers wie Gilbert Becaud und Charles Aznavour als auch Rockstars wie Richard Anthony, Johnny Hallyday, Alain Barrière, Nino Ferrer und die aus Bulgarien stammende französische Sängerin Sylvie Vartan. Den Hauptanteil machen aber heimische Produktionen aus. Diese dominieren die Singlecharts bis in die 1980er-Jahre, als es zu einem massiven Einbruch kam. Dieser Rückgang ist neben den internationalen Superstars wie Madonna, Michael Jackson, Tina Turner und Whitney Houston vor allem dem britischen New Wave und Synth-Pop geschuldet, der sich in dieser Zeit besonderer Beliebtheit erfreute.¹⁰ Auffällig ist zudem die starke Anglisierung der italienischen Popmusik in den Jahren danach: Der Anteil der Hits von Italienern und Italienerinnen in den Singlecharts liegt in den 1990er-Jahren immer deutlich über dem Anteil italienischsprachiger Hits. Italienische Acts wie Alexia, Corona, Da Blitz, DJ Dado, Eiffel 65 oder Usura waren im Dance-Pop-Bereich am heimischen Markt mit englischsprachigen Produktionen erfolgreich, wenngleich der Text und insofern auch die Sprache in dieser Musik überhaupt nur eine untergeordnete Rolle spielt. (Man denke etwa an das auch über die Grenzen Italiens hinaus bekannt gewordene „Blue“ von Eiffel 65.)

Italienische Schlagersänger wie auch Pop- und Rockmusiker spielten von Anfang an eine wichtige Rolle am italienischen Musikmarkt. Und viele von ihnen wurden auch jenseits der Grenzen bekannt, insbesondere in den Nachbarländern Frankreich, Österreich und der Schweiz. Von Domenico Modugno („Volare“) bis Eros Ramazzotti, von Mina bis Gianna Nannini, von Adriano Celentano bis Zucchero – sie alle hatten auch international Erfolg. Nicht uninteressant ist die Tatsache, dass sie sich immer wieder auch in den Charts lateinamerikanischer

10 Eine aus Italien stammende Musikveranstalterin wusste aus ihrer persönlichen Perspektive – unabhängig von den Beobachtungen anhand der Charts – in einem Gespräch von einer „ungewöhnlich großen Begeisterung für britischen Pop“ in dieser Zeit zu berichten. „Wie sind auf alles abgefahren, was englisch war.“

Länder finden (und von der Industrie auch als „Latin-Acts“ klassifiziert werden), während sie in den USA so gut wie keine Rolle spielen. Daneben findet sich in der italienischen Hitparade eine Reihe von italienischen Künstlerinnen und Künstlern, die außerhalb Italiens kaum wahrgenommen werden. Eine angemessene Würdigung dieser Acts bedürfte natürlich, wie schon betont, der Einbeziehung lokaler Experten und übersteigt den Rahmen dieser Darstellung. Zu erwähnen gilt es, dass die von Franco Fabbri genannten *cantautori* (die in etwa dem entsprechen, was international als Singer/Songwriter bezeichnet wird) in den Hitparaden eine beachtliche Rolle spielten, wenn auch mehr im Album- als im Singlemarkt (vgl. Fabbri 1989 [1981]). Luigi Tenco, Francesco Guccini, Antonello Venditti, Francesco De Gregori, wie auch die im Ausland bekannt gewordenen Sänger Fabrizio De Andre und Angelo Branduardi waren in den 1970er- und 1980er-Jahren (und zuweilen darüber hinaus) am italienischen Markt auch kommerziell recht erfolgreich, mehr als die Rockbands, von denen Fiori und Burgoyne (1984) berichten. Interessant ist auch, dass viele der poporientierten Künstler (Jovanotti, Claudio Baglioni, Roberto Vecchioni, Vasco Rossi, Edoardo Bennato, Pooh etc.) über Jahre, ja Jahrzehnte hinweg kommerziell erfolgreich sind. Von der gleich bleibenden Bedeutung heimischen Repertoires zeugt auch der Verlauf des Anteils in den Albumcharts, der sich über die Jahre hinweg, sieht man von dem singulären Einbruch im Jahr 2000 einmal ab, relativ konstant im Bereich um fünfzig Prozent liegt. Obwohl die Alben hier lediglich in Hinblick auf die Sprache kodiert wurden, stimmen die Zahlen für die 1990er-Jahre beinahe exakt mit den IPFI-Statistiken überein.

In *Frankreich* liegt der Anteil der französischsprachigen Produktionen in den Albumcharts laut unseren Daten etwas unter dem italienischsprachigen in Italien, aber doch immer über vierzig Prozent. Dies entspricht in etwa den Angaben der IFPI, wenngleich die Spitze von 1992 dort nicht aufscheint. (Diese Abweichung lässt sich auch nicht durch einen hohen Anteil von französischsprachiger Musik nicht französischer Provenienz erklären, da von den 34 Alben in unserer Stichprobe nur eines von einem kanadischen Künstler, Roch Voisine, stammt.) Der heimische Anteil ist allerdings seit der Jahrtausendwende im Steigen begriffen und liegt nun bereits bei über sechzig Prozent, was möglicherweise auf die Quotenregelungen zurückzuführen ist (siehe dazu später). Wie schon im Falle Italiens ist eine seriöse Bewertung der musikalischen Entwicklung der französischen Charts hier nicht möglich. Die Singlecharts spiegeln aber, stärker als die italienischen, jene internationalen Trends wider, die uns schon im letzten Kapitel und bei der Analyse der US-amerikanischen und britischen Charts begegnet sind. Ende der 1960er-Jahre finden sich wie überall natürlich auch in Frankreich die Beatles und die Rolling Stones in den Hitparaden, daneben aber auch der Italo-Belgier Adamo, die Griechin Nana Mouskouri und der in Deutschland produzierende Russe Ivan Rebroff: alle mit französischsprachigen Hits. Die heimische Produktion ist zu jener Zeit ausschließlich französischsprachig, auch wenn die Pioniere der französischen Rock- und Popmusik wie Johnny Hallyday, Sylvie

Vartan oder Richard Anthony fraglos an die US-amerikanischen Vorbilder anknüpfen (vgl. Holzer-Söllner 2004). Daneben spielt natürlich das französische Chanson in den 1960er-Jahren, wie auch in den Jahrzehnten danach, eine wichtige Rolle. Einige Interpreten und Interpretinnen wie Charles Aznavour, Gilbert Becaud, die aus Ägypten stammende Dalida, Françoise Hardy oder Mireille Mathieu haben auch im europäischen Ausland Erfolg. 1969 erregte Frankreich international mit dem Skandalsong „Je T’aime ... Moi Non Plus“ des englisch-französischen Paares Jane Birkin und Serge Gainsbourg Aufmerksamkeit. In den weiteren Jahren und Jahrzehnten spielen heimische Produktionen in der Hitparade eine anhaltend wichtige Rolle (einen guten Überblick bietet *Le hall de la chanson*, <http://www.lehall.com/>), wenngleich nur wenige jenseits der Grenzen Frankreichs Beachtung finden, wie z.B. Jean-Michel Jarre und Richard Clayderman. Ende der 1970er-Jahre schwappt dann auch nach Frankreich die Disco-Welle, zu der französische Acts wie Space, Patrick Fernandez, La Belle Époque und Sheila einen Beitrag leisten. Ebenso wie in anderen Ländern lässt sich auch in Frankreich Mitte der 1980er-Jahre die Dominanz der internationalen Superstars und des britischen New Wave ausmachen. Die beiden Spitzen um 1990 und der massive Einbruch 1994 in der Singlehitparade mögen auf die Zufälle der Popmusikproduktion zurückzuführen sein. Ein Trend ist weder im Vergleich mit den Charts anderer Länder noch aus den Einträgen in unserer Stichprobe zu erkennen. Im Übrigen steht der Verlauf im Widerspruch zu den Angaben in der Albumhitparade, die für 1994 keinen Einbruch ausweist. Mit der 1960er-Legende Eddy Mitchell, dem Chansonier Patrick Bruel, dem jungen Popstar Florent Pagny, den Hardrockern Noir Désir, dem Senegalesischen Rapper MC Solaar und der Sängerin und Songwriterin Véronique Sanson ist in diesem Jahr die gesamte Palette französischer Populärmusik in den Albumcharts vertreten. Sie zeugt nicht nur von der Stärke der französischen Musikproduktion, sondern auch von ihrer musikalischen Vielfalt.

Die Grafiken für *Deutschland* und *Österreich* lassen einige Parallelen im Verlauf erkennen, die angesichts der Ähnlichkeit der Charts (siehe die Grafiken 6.3 und 6.4, S. 198) nicht überraschen. Dass die beiden Länder (zusammen mit der deutschsprachigen Schweiz) einen geo-linguistischen Markt bilden, ist vor allem zu Beginn der 1960er-Jahre zu erkennen. Die Charts sind vom Deutschen Schlager dominiert, wenngleich dieser nicht ausschließlich von Deutschen gesungen wurde. Zwar ist der Anteil der Deutschen mit Conny Froboess, Bernd Spier, Rex Gildo, Gerhard Wendland, Manuela, Martin Lauer, Roy Black, Gerd Böttcher, Drafli Deutscher und anderen relativ hoch. Doch trugen auch Künstler und Künstlerinnen aus anderen Ländern zum Erfolg deutschsprachiger Produktionen bei: Freddy Quinn, Peter Alexander, Udo Jürgens, Lolita, Peter Kraus (Österreich), Vico Torriani, Peter Hinnen (Schweiz), Caterina Valente (Frankreich), Nana Mouskouri (Griechenland), Wencke Myhre (Norwegen) und Heintje (Holland), um nur die prominentesten zu nennen, machten den Deutschen Schlager zu einer europäischen Popindustrie. Einige von ihnen wie

Deutscher und Kraus versuchten sich auch am Rock'n'Roll. (Peter Kraus' großer Widersacher, der „Elvis“ von Deutschland, Ted Herold, hatte Anfang der 1960er-Jahre keine Chartserfolge mehr). Die Grenzen zwischen Deutschem Schlager und Rock'n'Roll waren fließend, die amerikanische Innovation wurde recht schnell in den kommerziellen Musikbetrieb Deutschlands integriert. Immerhin waren mit den amerikanischen Besatzern nicht nur die Musik der USA, sondern auch einige Musiker nach Deutschland gelangt. 1952 kam Bill Ramsay mit der US-Air-Force nach Deutschland und feierte nach Beendigung des Wehrdienstes als Schlagersänger und Schauspieler große Erfolge. Ebenso als Popstar etablierte sich Gus Backus, der Ende der 1950er-Jahre in Deutschland diente – zur selben Zeit wie Elvis Presley. Vom Ausmaß der Globalisierung der Popindustrie in den frühen 1960er-Jahren zeugt auch die Tatsache, dass Connie Francis und Bob Moore (beide aus den USA) mit Songs in anderen Sprachen global große Erfolge feierten – so auch in Deutschland.

Ab 1964 dringen sodann die Bands aus Großbritannien und den USA unaufhaltsam in die deutschen und österreichischen Charts. Englischsprachige Rock- und Popmusik wird fortan zum dominierenden Bestandteil der Hitparaden dieser Länder. Die kommerziell erfolgreiche heimische Produktion in Deutschland bleibt, sieht man von Ausnahmen wie Udo Lindenberg und den Elektronikpionieren Kraftwerk einmal ab, auch in den 1970er-Jahren auf den Schlager (Bernd Clüver, Heino, Bruce Low) und Bigband Sound (James Last) beschränkt.¹¹ In Österreich beginnt sich indessen der Austropop zu etablieren: Wolfgang Ambros, Arik Brauer, Peter Cornelius, Georg Danzer, André Heller, Ludwig Hirsch, die Schmetterlinge und Wilfried hatten in den 1970ern Albumhits, einige von ihnen waren auch in den Singlehitparaden vertreten. Nichtsdestotrotz ist zum Ende des Jahrzehnts in den Singlecharts der dem Disco geschuldete Einbruch zu erkennen, der in Deutschland nur deshalb geringer ausfällt, weil viele der global vermarkteten Hits in Deutschland produziert wurden.

Einen kurzen De-Anglisierungsschub erfuhren die Charts beider Länder 1982, als im Zuge der Neuen Deutschen Welle eine Reihe deutschsprachiger Songs in die Hitparaden kam (Ideal, Extrabreit, Markus, Nena, Trio, Falco, Spider Murphy Gang, Spliff), obwohl die Szene sicherlich viel breiter war und nur wenige den Weg in die Hitparaden fanden (Döpfner und Garms 1984; Teipel 2001). Zudem fand sich im selben Jahr die Eurovisions Song Contest-Gewinnerin Nicole mit „Ein bisschen Frieden“ in den Charts. Deutschsprachige Musik spielt in den beiden Jahrzehnten danach in den Singlecharts keine große Rolle, sehr wohl aber in den Albumcharts: BAP, Herbert Grönemeyer, die Ärzte, die Toten Hosen, die Fantastischen Vier, Tic Tac Toe, Rammstein, Sabrina Setlur, Oli P., Xavier Naidoo, die Söhne Mannheims und viele ande-

11 Leider beinhalten die verwendeten deutschen Albumcharts viele Kompilationen, weshalb die Angaben zum heimischen Anteil in den Albumcharts sehr unzuverlässig sind. Höchstwahrscheinlich liegt er unter den angegebenen Werten.

re in Deutschland, Austropop der ersten und zweiten Generation (Rainhard Fendrich, Stefanie Werger, EAV) in Österreich. Dazu kommt ab den 1980ern auch die so genannte Volkstümliche Musik, die bis dahin hauptsächlich auf Musikkassetten vertrieben wurde. Was Deutschland von Österreich unterscheidet, ist der vor allem in den 1990er-Jahren auffällig hohe Anteil englischsprachiger Produktionen deutscher Provenienz in den Singlecharts, die zuweilen auch im Ausland wahrgenommen wurden. Nach den frühen Erfolgen mit Disco und einzelnen internationalen Hits in den 1980ern (Modern Talking, Alphaville, Scorpions, Tanita Tikaram) konnten sich deutsche DJs wie Marusha, Scooter, Mr. President, Westbam, DJ Quicksilver, Gigi D'Agostino dann vor allem im Bereich der elektronischen Musik behaupten. Daneben feierten Musiker und Musikerinnen aus Deutschland auch in den Bereichen Rock (Fool's Garden, Guano Apes) und Pop (Lou Bega, Sarah Connor) beachtliche nationale und internationale Erfolge. Insgesamt konnte laut IFPI (siehe Tabelle A im Anhang, S. 319ff.) Deutschland den Anteil heimischer Produktionen am Tonträgermarkt seit den 1990er-Jahren kontinuierlich von dreißig Prozent auf fünfzig Prozent steigern. Im Gegensatz dazu liegt der Anteil in Österreich seit 1990 immer unter fünfzehn Prozent. Österreich wird nicht nur mit anglo-amerikanischen Produktionen „kolonisiert“, sondern eben auch mit deutschsprachigen aus dem Nachbarland.

Wenden wir uns abschließend noch einmal *Holland* zu. Die anglo-amerikanische Rock- und Popmusik war von Anfang dominant in den Charts Hollands. Alle bislang besprochenen internationalen Trends, von der Britischen Invasion über die Disco-Welle bis hin zu den Stars des Videozeitalters finden sich dort wieder. Eine heimische Schlagerproduktion ist zwar existent, spielt aber offensichtlich nur eine untergeordnete Rolle. Bemerkenswert ist aber der hohe Anteil heimischer Produktionen in englischer Sprache schon in den 1960er-Jahren und dann vor allem in den 1970er-Jahren. Wie schon einleitend erwähnt, spielen die an den anglo-amerikanischen Vorbildern orientierten Bands nicht nur am holländischen Markt, sondern auch international eine beträchtliche Rolle. Der eine oder andere Hit von den Golden Earring, Ekseption, Earth & Fire, Focus, Cats, George Baker, Shocking Blue, Tee Set, Pussycat und Luv' taucht in allen Charts unserer Stichprobe auf, selbst in den USA. Nach dem obligatorischen Einbruch 1979 zeigt die Grafik noch einmal einen deutlichen Anstieg der heimischen Produktionen. Neben englischsprachiger Musik findet sich nun mit Acts wie Doe Maar und André Hazes auch New Wave in der Landessprache in den Charts (vgl. Elderen 1984). Es zeigt sich abermals, wie schon in den deutschen und österreichischen Charts, dass mit dem Ende der Disco-Welle eine kurze Phase der Deanglisierung nationaler Popmusik einsetzte. Der massive Anstieg Mitte der 1990er-Jahre ist ohne genauere Kenntnis der niederländischen Szene schwer zu bewerten. Zum einen finden sich in den Singlecharts Hollands wie auch in denen anderer europäischer Ländern eine Reihe von DJs wie Charly Lownoise & Mental Theo, DJ Paul Elstak, Party Animals, DJ Madman und T-

Spoon, zum anderen aber auch englischsprachige Popacts (Total Touch, Anouk) und holländische Schlagersänger (Frans Bauer, Jantje Smit, Paul de Leeuw). Auch die IFPI-Statistiken (siehe Tabelle A im Anhang, S. 319ff.) zeigen für diese Jahre einen Anstieg bei den heimischen Produktionen, wenn auch nicht in diesem Ausmaß. In den letzten Jahren lag der Anteil allerdings wieder unter zwanzig Prozent.

Ursachen der Regionalisierung

Fassen wir die wichtigsten Trends aus dieser Synopse der acht Länder zusammen. Die drei Globalisierungsschübe, die im letzten Abschnitt bereits identifiziert worden sind, lassen sich auch aus einer nationalen Perspektive ausmachen, wenn auch in unterschiedlicher Stärke und auf unterschiedlichem Niveau. Die British Invasion der Charts mit den Beatles und den anderen anglo-amerikanischen Acts der 1960er-Jahre ist am stärksten in den Niederlanden und den beiden deutschsprachigen Ländern zu erkennen. Die Disco-Welle Ende der 1970er-Jahre und noch deutlicher der britische und US-amerikanische Videopop Mitte der 1980er-Jahre hinterlassen in allen Charts tiefe Spuren. Interessanterweise zeigen auch fast alle Länder in den 1990er-Jahren einen Anstieg der lokalen Produktion. Frankreich und Italien Anfang der 1990er-Jahre, England und Holland in der zweiten Hälfte, Deutschland kontinuierlich während der letzten fünfzehn Jahre und Frankreich vor allem seit der Jahrtausendwende. Selbst die USA verzeichnen offensichtlich einen neuen Rekord und liegen nun über neunzig Prozent. Nur Österreich und Australien bleiben auf niedrigem Niveau. Lassen sich für die disparaten Befunde adhoc Erklärungen finden?

Diestrukturellen Bedingungen in den Ländern, auf die allenthalben verwiesen wird, bieten wenig Anhaltspunkte. Betrachten wir sie kurz im Einzelnen. Von der Industrie wird immer wieder das Argument angeführt, dass ein *Umsatzrückgang*, sei es aufgrund des privaten Kopierens oder Herunterladens von Musik, sei es infolge der Konkurrenz mit anderen Freizeitangeboten, vor allem die heimische Produktion gefährden würde. Diese These mag in den Statistiken für die frühen 1980er-Jahre Unterstützung finden, als die Schallplattenfirmen in allen Ländern Umsatzeinbußen erfuhr (vgl. Hung und Morencos 1990) und der Anteil heimischer Produktionen in den Hitparaden der Folgejahre relativ gering ist. Großbritannien, aus dem eine Vielzahl der internationalen Acts dieser Jahre stammte und daher als einziges Land einen Anstieg heimischer Produktionen verzeichnete, war im Übrigen von der Rezession am Schallplattenmarkt nur geringfügig betroffen. Für die 1990er Jahre lässt sich dieser Zusammenhang aber nicht bestätigen. Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich, wo die Umsätze in unterschiedlicher Geschwindigkeit seit 1996 sinken, stieg der Anteil heimischer Produktionen am Markt.

Ob dafür möglicherweise *politische Maßnahmen* verantwortlich sind, ist auf der Basis der hier vorliegenden Aggregatdaten nicht zu entscheiden. So gibt es zwar in Deutschland auf Landesebene eine Reihe von Initiativen zur Förderung von Popmusik, der kommerzielle Erfolg von Musikerinnen und Musikern ist aber nur in seltenen Fällen unmittelbar auf diese zurückzuführen (Deutscher Bundestag 2001).¹² Auch Australien und die Niederlande können auf zahlreiche Maßnahmen im Bereich der Popmusikproduktion verweisen (Elderen 1989; Rutten 1991; Breen 1999), ohne am Anteil heimischer Musik am Musikmarkt etwas wesentlich zu verändern. Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen: Die Sinnhaftigkeit und Wichtigkeit politischer Maßnahmen zur Förderung lokaler Musikszenen und des musikalischen Nachwuchses zum Zwecke der kommunalen Entwicklung, der sozialen Wohlfahrt und nicht zuletzt der Sicherung lokaler musikalischer Vielfalt steht außer Streit. Allein, im kommerziell wichtigen Mainstream, der hier zur Diskussion steht, zeitigten sie offensichtlich keine Folgen, wenngleich die Effekte auch schwer zu evaluieren sind. Dies trifft auch auf die immer wieder diskutierte Frage der Einrichtung von Quoten im Rundfunk zu (vgl. Kapitel 5.1). In den beiden Ländern unserer Stichprobe, in denen die Rundfunkstationen zu einem bestimmten Anteil heimischer Musik gesetzlich verpflichtet sind, lassen sich unmittelbare Veränderungen nicht ausmachen. In Australien besteht die Regelung seit 1942. Die ursprünglich geringe Quote wurde schrittweise bis in die 1980er-Jahre auf zwanzig Prozent erhöht und liegt nun je nach Format zwischen 5 und 25 Prozent (Agardy und Zion 1997, 14; Breen 1999, 77; Bauer 2005), der Erfolg australischer Produktionen am heimischen Markt fluktuiert stark auf niedrigem Niveau. In Frankreich schreibt seit 1996 das Gesetz einen Anteil von vierzig Prozent französischsprachiger Musik in den Radioprogrammen vor (Machill 1996). Unsere Statistik zeigt zwar einen Anstieg in der Singlehitparade an, am Albummarkt lassen sich aber keine wesentlichen Veränderungen ausmachen. Ob der Anstieg der letzten Jahre, den die IFPI berichtet, als Folge der Maßnahme zu werten ist, müsste in weiteren Analysen geklärt werden. Tatsache ist, dass die Maßnahmen aufgrund der Proteste der Radioindustrie im Jahr 2000 aufgeweicht wurden (Legrand 2000). Bei näherer Betrachtung entsteht zuweilen der Eindruck, als sei nicht sosehr der Erfolg heimischer Künstlerinnen und Künstler eine Folge der Maßnahmen, sondern umgekehrt, das politische Engagement im popmusikalischen Bereich eine Folge der großen Beliebtheit heimischer Popmusikerinnen und Popmusiker. Breen (1999) beschreibt in seiner Analyse der Musikpolitik der australischen Arbeiterpartei, die 1982 in Victoria und im Jahr darauf bundesweit an die Macht kam, wie Popkultur zu einem Zeitpunkt, als australische Acts bereits international bekannt waren, allmählich zum Gegenstand der politischen Rhetorik wurde. Auch in anderen Ländern scheinen die poli-

12 Eine dieser Ausnahmen ist die Band *Guano Apes*, die durch einen Bandwettbewerb auf sich aufmerksam machte.

tisch Verantwortlichen die Popmusik als Gegenstand politischen Handelns erst entdeckt zu haben, nachdem die heimische Popmusik auch in kommerzieller Hinsicht auf sich aufmerksam gemacht hatte.

Von Kritikern der Industrie wird oft ins Treffen geführt, dass die *großen internationalen Konzerne* über ihre nationalen Töchter vor allem das anglo-amerikanische Repertoire auf Kosten des nationalen verbreiten würden. Auch diese Annahme lässt sich so nicht halten. Natürlich spielten die regionalen Töchter der Majors eine wichtige Rolle bei der Verbreitung der internationalen Stars. Aber sie engagierten sich auch früh in der Produktion lokalen Repertoires. Stichproben aus unserem Datensatz haben gezeigt, dass viele der nationalen Musiker und Musikerinnen unter dem Label internationaler Konzerne vermarktet wurden, und zwar nicht nur bei denen, die ihren Sitz ohnehin in einem der Länder hatten (wie z.B. Telefunken oder Philips), sondern auch bei Majors, die wesentlich für die Anglo-Amerikanisierung der Popmusik verantwortlich sind. RCA spielte eine zentrale Rolle bei der Popularisierung des *canzone d'autore* in Italien (Fabbri 1989 [1981], 136) und EMI vermarktete in den 1960er-Jahren über seine französische Tochter Pathé-Marconi französische Popmusik (Holzer-Söllner 2004, 21). Zudem waren es keinesfalls nur die transnationalen Konzerne, die mit ihren internationalen Produkten auf die Märkte drängten. Gerade in den Anfangsjahren des Rhythm and Blues und des Rock'n'Roll waren es oft unabhängige Vertriebe, die sich um die Lizenzen für internationales Repertoire bemühten. Barclay z.B. war nicht nur die Heimat wichtiger französischer Chansonniers, sondern vertrieb auch einige der prominentesten Rhythm and Blues-Labels (siehe den Eintrag in Shepherd et al. 2003, 690). Eine ähnliche Rolle, wenn auch in viel kleinerem Rahmen, spielte die unabhängige Firma Musica in Österreich (Wallnöfer 1982, 230ff.). Insofern ist die Gegenüberstellung von transnationalen Majors, die zur Konzentration auf internationales Repertoire beitragen, und lokalen Independents, die den heimischen Anteil am nationalen Markt verteidigen, zumindest für den Mainstreammarkt unzulässig. Die sozialdemokratische Bundesregierung Deutschlands verweist denn auch in ihrer Antwort auf die parlamentarische Anfrage im Jahr 2001 auf die Tatsache, dass nationale wie internationale Konzerne für den Anstieg des heimischen Repertoires in den Hitparaden verantwortlich sind. „Anteil an der Entwicklung haben alle im deutschen Markt vertretenen Firmen, auch die inländischen Tochtergesellschaften internationaler Konzerne, die ihrerseits in Deutschland in deutsche Produktionen investieren. Insofern sind sie, ungeachtet etwaiger Konzernverflechtungen, durchaus deutsche Tonträgerhersteller und nicht nur Vertriebsuntergliederungen ausländischer Repertoiregeber. Diese Entwicklung wurde zu wesentlichen Teilen ermöglicht durch eigene Initiativen der deutschen Musikindustrie, unter denen die Gründung des deutschen Musikersenders VIVA und der Aufbau des Deutschen Schallplattenpreises ECHO besonders hervorzuheben sind.“ (Deutscher Bundestag 2001, 18)

Damit ist ein letzter Aspekt genannt, der hier als Erklärung in Betracht gezogen werden soll: die Existenz von *lokalem Musikfernsehen*. Tatsächlich ist auch in unserer Statistik ein rapider Anstieg des heimischen Anteils in den deutschen Singlecharts auszumachen, nachdem Viva Ende 1993 auf Sendung ging (Hachmeister und Lingemann 1999). Auch für Frankreich, wo der jugend- und musikorientierte Sender M6 1987 auf Sendung ging, weist die Grafik einen Anstieg des französischen Anteils in den Singlehits nach. Allerdings war dieser nur von kurzer Dauer, und in den Niederlanden, wo TMF (The Music Factory) 1995 zu senden begann, ist kein Effekt dieser Art auszumachen (für Informationen zu den Sendern siehe <http://en.wikipedia.org>). Eine detaillierte Analyse der Einführung von lokalem Musikfernsehen hätte allerdings zuerst einmal zu klären, inwieweit überhaupt auf lokale Produktionen Rücksicht genommen wurde.

Wie vielfältig ist das internationale Repertoire?

Was die Ausführungen bislang deutlich machten, ist, dass die Musik im Mainstream keinesfalls ausschließlich auf internationales Repertoire konzentriert ist. Die Länder unterscheiden sich zwar in dieser Hinsicht und der Anteil heimischer Produktionen in den Charts ändert sich von Periode zu Periode, generell lässt sich aber kein Trend zu einer stärkeren Dominanz internationaler Acts in den lokalen Märkten ausmachen. Überblickt man die Angaben der IFPI für 75 Länder (siehe Tabelle A im Anhang, S. 319ff.), dann fällt auf, dass die Werte zwar in den meisten Ländern von Jahr zu Jahr stark fluktuieren, aber über den gesamten Zeitraum von vierzehn Jahren keine Veränderung in nur eine Richtung erkennen lassen. Das internationale Repertoire ist aber zweifellos in erster Linie anglo-amerikanisch. Rund dreißig Prozent des nicht-heimischen Repertoires in den Singlecharts der acht Länder unserer Stichprobe stammt von Künstlerinnen und Künstlern aus den USA, weitere vierzig Prozent aus England. Der Rest stammt, worauf ja in der Beschreibung der einzelnen Länder schon hingewiesen wurde, aus der unmittelbaren Nachbarschaft und von einigen Anbietern, die sich im internationalen Markt behaupten konnten. Australien steuert zum internationalen Repertoire über die Jahrzehnte hinweg immerhin 2,5 Prozent bei. Holland spielte in den späten 1960er-Jahren und frühen 1970er-Jahren am internationalen Markt eine gewisse Rolle, verlor aber in den 1980er-Jahren, sieht man von ein paar Einzelerfolgen ab, an Bedeutung. Produktionen aus Frankreich waren nur zu Beginn unseres Untersuchungszeitraums von überregionaler Relevanz, und da vor allem in den Charts der romanischen Nachbarn, aber auch europaweit. Musik aus Italien erfreute sich in allen vier Jahrzehnten in Europa einer gewissen Beliebtheit, insbesondere aber in Österreich und Deutschland. Deutschland exportierte vor allem in die kleinen Nachbarländer

Holland und Österreich, konnte aber im Gegensatz zu Italien und Frankreich auch in den Singlecharts der USA Erfolge feiern. Österreich ist zweifellos der größte Importeur in unserer Stichprobe. Der Anteil heimischer Produktionen in den Singlecharts liegt über die vier Jahrzehnte gerechnet sogar noch unter dem Anteil der Hits deutscher Provenienz. Dieser Umstand ist nicht bloß eine dem Erfolg des Deutschen Schlagers in den 1960er- und 1970er-Jahren zu verdanken, sondern auch einer Reihe von Acts jüngerer Datums. Österreich exportiert zwar auch nach Deutschland, die „Außenhandelsbilanz“ ist aber eindeutig negativ: Während deutlich mehr als 300 der österreichischen Jahres-Top-50 seit 1961 aus Deutschland kamen, können Österreicher gerade mal auf rund 70 Platzierungen in den deutschen Jahrescharts verweisen.

Zusätzlich zu den acht Ländern in unserer Stichprobe spielen aber auch noch andere Länder als Quelle für das internationale Repertoire eine gewisse Rolle. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang vor allem Kanada und Schweden (mit jeweils mehr als zwei Prozent Anteil an den Hits der vier Jahrzehnte). Kanada erlangte vor allem in den letzten Jahren mit Superstars wie Celine Dion, Bryan Adams und Alanis Morissette Aufmerksamkeit, Schweden verdankte seine internationale Bedeutung in den 1970ern vor allem Abba, konnte dann aber an deren Erfolg anknüpfen und wartete in den 1990ern mit einer beträchtlichen Zahl von international erfolgreichen Acts auf (Ace Of Base, Dr. Alban, Rednex, Roxette, Cardigans, Eagle-Eye Cherry). Unerwähnt bleiben sollen aber auch nicht die wenigen Überraschungen, die am ehesten die Rede von der globalen Vielfalt des Repertoires rechtfertigen. Da ist zum einen die Hand voll latein-amerikanischer Musiker und Musikerinnen, die sich allenthalben in den internationalen Charts finden. Bossa Nova und einzelne brasilianische Künstler wie Jorge Veiga, Indios Tabajaras, Roberto Carlos, Sergio Mendes tauchten schon in den 1960ern in der einen oder anderen Hitparade auf. Ende der 1980er-Jahre brachte dann die Gruppe Kaoma den Modetanz Lambada nach Europa. José Feliciano, Ricky Martin, Gloria Estefan und Shakira stammen zwar alle aus lateinamerikanischen Ländern, ihre Musik lässt aber nur mehr wenig davon erkennen. Künstlerinnen und Künstler aus Asien spielen in den Hitparaden westlicher Länder so gut wie keine Rolle. Auch hier sei eine Ausnahme erwähnt: Die Indonesierin Anggun startete von Holland aus eine internationale Karriere. Auch der World Music Boom sorgte für einige Überraschungen in den Charts: Die in Frankreich lebende Flamenco-Gruppe Gipsy Kings, der Senegalese Yousou N'Dour und Wes aus Kamerun schafften es bis in die Singlehitparade, der Buena Vista Social Club in die Albumcharts. Und schließlich gelangte mit den Einwanderern in Europa auch deren Musik in die Charts, wenn auch in einem überraschend geringen Ausmaß. Die algerischen Superstars Khaled und Cheb Mami hatten in Frankreich Hits in den Charts, der Türke Tarkan in Frankreich, im deutschsprachigen Raum und in Holland.

Auch wenn diese zuletzt genannten Beispiele das Bild etwas auflockern, am Gesamteindruck verändert sich wenig. Das heimische Repertoire kann sich

zwar in vielen Ländern behaupten, von Vielfalt in Hinblick auf die Herkunft der Produktionen kann keine Rede sein. Das internationale Repertoire ist zu siebzig Prozent von anglo-amerikanischen Produktionen dominiert. Der Rest wird von Acts aus der unmittelbaren Region und einer Hand voll exportierender Länder, wie Australien, Kanada, Irland und Schweden bestritten. Nun repräsentieren die Länder in unserer Stichprobe keinesfalls die Welt. Viele Regionen können gegenüber der international dominanten anglo-amerikanischen Musik ihre Eigenständigkeit bewahren. Der Punkt ist aber, dass ein hoher heimischer Anteil in den Hitparaden ebenso wenig Offenheit gegenüber der Vielfalt globaler Produktionen anzeigt, wie die Dominanz anglo-amerikanischer Hits. Anglo-Amerikanisierung wie Regionalisierung des Repertoires sind aus einer lokalen Perspektive lediglich zwei Formen der Homogenisierung, der Konzentration auf ein Repertoire bestimmter Herkunft. Allen Metaphern der globalen Vernetzung zum Trotz verläuft der Austausch von Hits in recht eingeschränkter Form. Entweder stammen sie aus den wenigen Zentren des internationalen Musikbusiness oder aus der unmittelbaren Umgebung. Musik aus entlegeneren Regionen findet nur selten den Weg in die internationalen Hitparaden. World Music ist, wie auch die Tabelle 2.1 (siehe S. 50) in Kapitel 2.3 zeigt, ein absolutes Nischenprogramm.

6.4 Vielfalt und Globalisierung von Nischen

Zur Bewertung der Vielfaltsindikatoren

Gegen eine Bewertung der lokalen Konzentration, wie sie soeben vorgenommen wurde, ließen sich einige Argumente vorbringen. Erstens könnte man einwenden, dass die Herkunft der Produktion noch nichts über die Qualität der Musik aussagt und somit auch kein geeigneter Indikator zur Bewertung von Vielfalt sei. Daran schließt ein zweites Argument an: Die vielen im vorhergehenden Kapitel genannten Künstlerinnen und Künstler und die mit ihnen assoziierten musikalischen Genres würden ja geradezu die Vielfalt der Musik in den Hitparaden der Welt bestätigen. Drittens, so die Kritiker, würden die Hitparaden nur einen Bruchteil der verfügbaren Musik repräsentieren und damit ein recht verzerrtes Bild von der globalen Vielfalt der Musik bieten. Auf einen vierten Einwand, der hier zu nennen ist, werde ich in Kapitel 8 zurückkommen: Auch wenn uns die Hitparaden vielleicht als ästhetisch homogen erscheinen mögen und die kommerziell erfolgreiche Musik nicht unbedingt als Beitrag zur globalen Vielfalt, zeugen sie dennoch von den Bedürfnissen der Menschen, die es zur Kenntnis zu nehmen gilt.

Dem ersten Einwand ist nicht zu widersprechen. In der Tat ist die Heterogenität der Herkunft der Produzenten noch kein Maß für die musika-

liche Vielfalt. Allerdings dienten die Ausführungen im letzten Kapitel auch mehr der Veranschaulichung des globalen Distributionsnetzwerks. Sie sollten die Autonomie bzw. die Abhängigkeit der Länder von Produktionsorten sichtbar machen und damit aber auch die Offenheit gegenüber der Vielfalt globaler Produktionen. Vor diesem Hintergrund wurden Anglo-Amerikanisierung und Regionalisierung als zwei Modi der Konzentration auf Repertoires bestimmter Herkunft identifiziert. Diese Maße spielen bei der ökonomischen Bewertung der Vitalität von nationalen Kulturindustrien eine Rolle.

Wie ist es aber um die Plausibilität des zweiten Einwandes bestellt? Aus der Perspektive eines in den 1960ern und 1970ern musikalisch sozialisierten, durchschnittlich interessierten Akademikers ist die Position verständlich: Gegen eine Industrie, die uns die Beatles und Rolling Stones beschert hat, den Soul eines Marvin Gaye und den Funk von Chaka Khan, und die auch in jüngerer Zeit mit – je nach Geschmack – Massive Attack oder Norah Jones einiges zu bieten hatte, lässt sich wenig einwenden. Mit gleichem Recht und vor dem gleichen Hintergrund ließe sich aber auch auf den wenig Überraschungen bietenden Teenie-Pop von Aqua, Boyzone, den Backstreet Boys oder den Spicegirls, die immerhin in einem einzigen Jahr allein in Europa mehr als 5 Millionen Alben verkauften, verweisen, oder die Tatsache ins Treffen führen, dass Schlager und Volkstümliche Musik in Deutschland und Österreich jeweils zehn Prozent des Gesamtumsatzes mit Tonträgern ausmachen. (Wer das auf Defizite eines „Volkes“ zurückführen möchte, sollte sich die Mühe machen, die musikalischen Pendants etwa aus Frankreich, Italien, aber auch z.B. Puerto Rico in Betracht zu ziehen.) Wir geraten wieder in die Aporie, die musikalische Vielfalt vor dem Hintergrund unserer Präferenzen bewerten zu müssen und damit zu ebenso vielen Einschätzungen zu kommen, wie es musikalische Standpunkte gibt. Was uns aber sehr wohl – unabhängig von unseren subjektiven Präferenzen – die Tendenz zur Homogenisierung im Bewusstsein hält, ist die Kluft zwischen der Vielzahl von Nischen auf der einen Seite und der Konzentration auf einige wenige Superstars und Genres auf der anderen Seite. Daraus lässt sich kein exaktes Maß der Bewertung ableiten, aber sie führt uns das Ausmaß unrealisierter Vielfalt im Mainstream vor Augen und provoziert kritische Fragen: Woran liegt es, dass von der Vielfalt des lokal Produzierten doch letztlich so wenig in den Mainstream und damit in die Hitparaden gelangt? Neigt die Industrie dazu, sich auf wenige in großem Maßstab vermarktete Acts zu konzentrieren? Verweigern sich die Akteure in den großen Organisationen aufgrund ihrer Gewohnheiten und Vorurteile den lokalen Innovationen? Oder sind die Hitparaden letztlich doch einfach nur das Abbild der nationalen Präferenzstrukturen, also statistische Aggregate der in einem Land, zu einem bestimmten Zeitpunkt vorhandenen Bedürfnisse nach Musik? Diese Fragen werden im Zentrum von Kapitel 7 stehen.

Mit dem Verweis auf den Widerspruch zwischen der Konzentration im Mainstream und der Vielzahl von Nischen ist der dritte Einwand und somit auch das Thema dieses Abschnitts angesprochen. Natürlich repräsentieren die Charts

nur einen Bruchteil der Vielzahl an musikalischen Nischen. In der wissenschaftlichen Literatur zur Populärmusik in den Ländern der Welt, auf die im letzten Abschnitt immer wieder verwiesen wurde, ist von Musikern und Musikerinnen die Rede, die in unserer Stichprobe und wahrscheinlich auch in Hitparaden größeren Umfangs wie z.B. den Top 200, nicht aufschienen. In keiner Darstellung der deutschen Rockmusik fehlt etwa der Krautrock der 1970er-Jahre (vgl. z.B. Wicke 1998a). In den Charts unserer Stichprobe spielt er keine Rolle. (Obwohl: Die Nummer „Spoon“ von Can kam als Titelsong einer TV-Krimiserie 1972 zum Einsatz und so immerhin auf Platz 13 der Jahreshitparade in Österreich und also auch in unser Sample.) Lokaler Rap von Italien bis Neuseeland, von Deutschland bis Brasilien, von Frankreich bis Senegal, der in den 1990ern zum Inbegriff der „Glokalisierung“, also der Artikulation lokaler Identitäten im Gewande transnationaler Formensprachen wurde (vgl. z.B. Mitchell 1996), erfreut sich unter Forschern und Forscherinnen großer Beliebtheit, in die nationalen Hitparaden gelangt er selten. Auch diesbezüglich bestätigen natürlich die Ausnahmen wie z.B. MC Solaar die Regel. Und Punk, der mehr als ein Jahrzehnt zuvor in allen Ländern zu einer ungeahnten Demokratisierung und Verbreiterung musikalischer Produktion geführt hatte (vgl. z.B. Fiori und Burgoyne 1984), fand auch nur in seiner kommerzialisiertesten Form Eingang in die Charts der Länder. All das blieb in unseren auf die Top 50 eines Jahres beschränkten Analysen bislang unberücksichtigt. Nur lässt sich daraus kein Einwand gegen den Befund ableiten, dass die Industrie auf eine relativ kleine Anzahl von sei es regionalen oder internationalen Superstars konzentriert ist. Im Gegenteil: Sie hält uns die Selektionsfunktion der Industrie erst vor Augen. In diesem immer wieder vorgebrachten Argument kommt viel mehr die gerade unter Musikologen weit verbreitete Weigerung, sich der Realität der Kulturindustrie und des von ihr produzierten Repertoires zu stellen. Die Fülle von Aufsätzen und Monografien zu allen erdenklichen lokalen und globalen Nischen steht in einem auffälligen Missverhältnis zur Beschäftigung mit jenen Seiten des Mainstreams, die nur allzu augenscheinlich die Homogenisierungs- und Trivialisierungstendenzen verdeutlichen: der Schlager der 1960er-Jahre, Country- und Western in den USA, die Volkstümliche Musik (die in der einen oder anderen Form auch in vielen anderen Ländern vorzufinden ist) oder der Teenie-Pop der 1990er-Jahre. Dies soll der Forschung nicht zum Vorwurf gemacht werden, spricht doch gerade daraus das implizite Bedürfnis, die Vielfalt musikalischer Ausdrucksweisen jenseits der Logik der Kulturindustrie sichtbar zu machen. Was man allerdings schmerzlich vermisst, ist eine kritische Auseinandersetzung mit ihr, jenseits spontaner Mutmaßungen über ihr Versagen.

Zur lokalen Verfügbarkeit der musikalischen Angebote

Wenden wir uns nun aber der Frage zu, inwieweit sich die Zahl der Nischen in den letzten Jahrzehnten verändert hat. Natürlich können die Ausführungen im Folgenden all den Variationen des musikalischen Ausdrucks nicht gerecht werden. Es geht vielmehr auch hier darum, eine Basis für die (statistische) Bewertung bereitzustellen, wenngleich sich ein systematischer Vergleich unterschiedlicher Länder und Perioden noch schwieriger gestaltet als die Bewertung der Angleichung von Regionen und der Konzentration im Mainstream auf der Basis von Hitparaden. Und auch hier ist die Unterscheidung, die für die Frage der Globalisierung im Mainstream von Wichtigkeit war und zu zwei getrennten Analysen in den Kapiteln 6.2 und 6.3 geführt hat, zu treffen, denn die Zahl der Nischen kann steigen und die Regionen können dennoch in ihrem Angebot ähnlicher werden. Beginnen wir mit der Frage der *lokalen Verfügbarkeit von Angeboten*.

Diese ist zweifelsohne eine Folge der Veränderung von Produktions- und Distributionstechnologien, und zwar aus drei Gründen. Erstens, kam es im Zuge der technologischen Entwicklung zu einer enormen Vermehrung der Kanäle, über die Musik von den Produzenten zu den Konsumenten gelangt. Die Möglichkeiten, Musik zu konsumieren, wurden vervielfacht. Die Phonografie löste Musik aus den Beschränkungen der „lebendigen“ Aufführung, die Anwesenheit der Musiker und Musikerinnen war zum Musikkonsum nicht mehr notwendig. Damit war einer größeren Zahl von Menschen eine größere Zahl von unterschiedlichen musikalischen Produktionen zugänglich. Sendetechniken vermehrten die Kanäle, bis das gesamte Frequenzspektrum ausgeschöpft war. Mit der Satelliten- und Kabelübertragung entstanden Spartensendungen wie MTV und spezielle Radioangebote, wenngleich dieses offensichtlich gar nicht in dem technisch möglichen Ausmaß nachgefragt wird (Breunig 1995). Die Digitalisierung führt heute zu einer weiteren technischen Vermehrung der Kanäle, sei es über Digital Audio Broadcasting (Matheus, Morich und Specks 2005, 142), Webcasting und Simulcasting im Internet (Barth und Münch 1997), aber auch aufgrund der Tatsache, dass über die Onlinebestellung von Tonträgern oder das Herunterladen von Soundfiles der Zugriff auf Musik jeglicher Art und Provenienz enorm erleichtert worden ist. Doch die technische Vermehrung der Kanäle alleine führt im Kontext einer ökonomischen Kriterien mitbedenkenden, d.h. in irgendeiner Weise am Umsatz interessierten Industrie noch nicht automatisch zu einer Vermehrung der Nischen. Denn unter ökonomischen Gesichtspunkten müssen die Kosten der Bereitstellung in einer vernünftigen Relation zu den Absatz- und Umsatzmöglichkeiten stehen. Hier kommen zwei weitere Effekte der technologischen Entwicklung zum Tragen, denn einerseits sanken die Produktions- und Vermarktungskosten (wenngleich nicht in allen Bereichen), andererseits wurde die Reichweite der Medien und somit die Amortisationsbasis größer. Während die Produktion und Vervielfältigung

einer Schellack noch mit großem Aufwand verbunden war, ist es heutzutage jedem möglich – sofern mit den Technologien vertraut – im Heimstudio und mit Hilfe eines Heimcomputers Aufnahmen von erstaunlicher Qualität herzustellen und am CD-Brenner zu vervielfältigen. Radio war immer schon eine günstige Technologie. Und die Verbreitung von Musik im Internet erfordert zwar die nötige Kompetenz im Umgang mit der Technologie, die Kosten der technischen Distributionsmittel sind aber verschwindend gering. Mit den neuen Technologien steigt auch die Reichweite. Spartenfernsehen wie MTV, das für lokale Märkte auf terrestrischer Ebene nur unter sehr eingeschränkten Bedingungen rentabel ist, wird, über Satellit in alle Welt übertragen, zu einer großen Industrie. Dies gilt im Übrigen auch für „kleine“ Nischen: Produzenten von avanciertester elektronischer Musik gelingt es unter anderem auch deshalb in Nischen zu überleben, weil sie über Internetplattformen mit Interessierten in der ganzen Welt kommunizieren können (Sperlich 2005, 210).

Wie kann man nun die Vielfalt des Angebots bewerten? Ein erster Indikator ist natürlich, angesichts der Technologieabhängigkeit lokal verfügbarer Vielfalt, die *Ausstattung mit Geräten* (siehe Tabelle E im Anhang, siehe S. 333f.). Diesbezüglich bestehen enorme Unterschiede zwischen den Ländern wie auch innerhalb der Länder zwischen Stadt und Land bzw. unterschiedlichen sozialen Gruppen, vor allem was den Zugang zu den avanciertesten Technologien wie Internet anlangt (siehe auch Hepp 2004, 360ff.). Anders als bei den traditionellen Medien wie Schallplatte, Radio oder Fernsehen ist beim Internet die Verfügbarkeit nicht bloß eine Frage der technischen Bereitstellung, sondern auch eine der Kompetenz. Der Zugang ist nicht nur über die Kosten der technischen Geräte, sondern auch aufgrund des Mangels an kulturellen Appropriationsmitteln beschränkt (DiMaggio et al. 2004). Trotzdem ist mit dem Internet der Zugang zu musikalischen Nischen fraglos enorm gestiegen und zwar nicht nur durch Filesharing, sondern auch durch kommerzielle Anbieter. Bereits 2004 bot der iTunes Music Store im US-Markt mehr als eine Million verschiedener Titel online zum Kauf an (<http://www.musikwoche.de> vom 10.8.2004). Zudem können, wie bereits erwähnt, Nischenbetreiber in aller Welt zu relativ geringen Kosten ihre Produkte anbieten und vertreiben. Dies darf natürlich nicht über die Tatsache hinwegtäuschen, dass, um die Aufmerksamkeit der Käufer und Käuferinnen auf die Produkte zu lenken, zusätzlich ein beträchtlicher Marketingaufwand betrieben werden muss. Aus der lokalen Perspektive industrialisierter Länder war der Zugang zu Tonträgern oder Musikfiles jeglicher Provenienz aber noch nie so einfach wie heute.

Nun nimmt das Angebot an Musik schon alleine aufgrund der Kumulation über die Jahre hinweg zu. Tonträger verschwinden zwar auch wieder aus den Back-Katalogen der Labels, im digitalen Zeitalter sind der Speicherung aber technisch kaum noch Grenzen gesetzt. Doch wie schaut es mit den jährlichen Neuerscheinungen aus? Lassen sich dazu zuverlässige Angaben machen? Zeitreihen über längere Perioden sind diesbezüglich nicht verfügbar. Aus den

verstreuten Angaben lassen sich aber zwei Tendenzen ablesen: erstens eine generelle Zunahme der *Neuveröffentlichungen* und Phasen der Abnahme in Zeiten der Rezession am Musikmarkt. Anfang der 1980er-Jahre, als der Umsatz am US-Markt wie auch in vielen anderen Ländern der Erde zurückging, nahm auch die Zahl der Neuveröffentlichungen ab. Während in den 1970er-Jahren noch jährlich 4.000 bis 5.000 Alben veröffentlicht wurden, waren es 1984 gerade noch 1.740 (Garofalo 1987, 81; Frith 1987, 61). Die jüngsten Umsatzeinbrüche am Tonträgermarkt sind aber nicht in gleicher Weise von einem Rückgang bei den Neuerscheinungen begleitet. Der deutsche Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft weist in seinem Jahresbericht 2004 (Bundesverband der phonographischen Wirtschaft 2005, 40), für die Jahre 1995 bis 2004 zwischen 4.000 und 5.000 nationalen Albumneuerscheinungen im Bereich Pop pro Jahr aus. Die Zahl der in Deutschland veröffentlichten internationalen Alben stieg im selben Zeitraum von 4.000 auf über 7.000 Neuerscheinungen. Gegenüber den 1.740 Neuerscheinungen, von denen Garofalo berichtet, scheint die Zahl der Neuerscheinungen doch um einiges angestiegen zu sein, auch wenn man von den Zahlen für Deutschland nicht unmittelbar auf den US-Markt schließen kann. Alles in allem geht der deutsche Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft davon aus, dass in Deutschland 2004 mehr als 150.000 Tonträger im Handel erhältlich waren (Bundesverband der phonographischen Wirtschaft 2005, 42). Vor dem Hintergrund dieser enormen Vielfalt erscheint natürlich die Konzentration am Markt auf einige Superstars noch einmal in einem anderen Licht. Die zwanzig Alben, auf die zusammen rund fünf Prozent des Umsatzes in einem Jahr fallen (siehe letzter Abschnitt), machen gerade einmal zwei Promille der Neuerscheinungen und rund ein Zehntausendstel aller in Deutschland erhältlichen Tonträger aus.¹³

Wie schon in den Abschnitten zuvor, muss auch hier wieder betont werden, dass von der Vielzahl der Tonträger nicht automatisch auf musikalische Vielfalt geschlossen werden darf, da viele Neuerscheinungen im Bereich standardisierter Formen bleiben. Nichtsdestotrotz ist der Zugang zu Nischenprodukten heute bedeutend leichter als noch vor einigen Jahren. Allerdings gilt die Zunahme der Vielfalt nicht für alle Bereiche. So werden etwa die Klagen sowohl vonseiten der Schallplattenindustrie als auch im Feuilleton über die zunehmende Homogenisierung der Radiosender immer lauter (Music & Media 1999; Stock 2005). Obwohl die Zahl der Sender durch die Liberalisierung des Marktes in vielen Ländern zugenommen hat, gibt es den Verdacht, dass die Zahl der unterschiedlichen Formate und insbesondere die Binnenvielfalt der Sender in den letzten Jahren gesunken sind, wenngleich zuverlässige Daten dazu nicht existieren. Ähnliches gilt für das Musikfernsehen. So hat etwa MTV den Anteil von Musik Ende der 1990er-Jahre drastisch reduziert (Billboard 2001, 68).

13 Europaweit ist die Zahl der Neuerscheinungen wahrscheinlich noch um einiges höher. Lässt man die Importe außer Acht, dann sind den Europäern im Durchschnitt wohl so um die 10.000 Neuerscheinungen am heimischen Markt jedes Jahr zugänglich.

Während also für den Tonträgermarkt und für das Internet die Zunahme der Vielfalt von Nischen evident ist, deutet am Radiomarkt und im Musikfernsehen auch einiges in eine andere Richtung. Ich werde im nächsten Kapitel darauf zurückkommen.

Globalisierung von Nischen

Abschließend sei hier nun noch die Frage der Angleichung unterschiedlicher Regionen in Bezug auf die Nischen angerissen. Wie schon bei der Bewertung der Konzentration im Mainstream ließe sich auch für die Nischen annehmen, dass, wenn auch die Anzahl der Nischen aus der lokalen Perspektive (industrialisierter Länder) zunimmt, die Länder einander dennoch ähnlicher werden, d.h. überall die „gleiche“ Vielfalt angeboten wird. Diese Annahme entzieht sich noch mehr als die der Vielfaltszunahme auf nationaler oder regionaler Ebene der quantitativen Bewertung. Sie wird in diesem Rahmen bloß thesenhaft bleiben. Bekräftigung findet sie aber schon allein durch die Tatsache, dass Nischen im Internet global verfügbar sind. Von jedem Punkt der Welt ist also die gleiche Vielfalt an Nischen zugänglich. Dieser triviale Befund wird durch die unsystematische Beobachtung ergänzt, dass, egal wo man sich aufhält, man recht schnell sehr vertraute Nischenkulturen, wie auch Personen, mit ähnlichen Präferenzen für bestimmte Nischenangebote, vorfindet. Dies trifft zum Beispiel auf den klassischen Konzertbetrieb zu, der in allen Zentren dieser Welt in gleicher Weise um einen bestimmten Kanon von klassischen Werken organisiert ist. Damit wird auch deutlich, dass das Phänomen der Globalisierung von Nischen keinesfalls neu ist, denn Institutionen der bürgerlichen Hochkultur bildeten sich bereits im 19. Jahrhundert in so unterschiedlichen Städten wie Wien, Paris, London (Weber 1975), Boston (DiMaggio 1982b), aber auch in Japan (Eppstein 1994) oder in lateinamerikanischen Ländern (Günther 1982) aus. Ein weiteres Indiz für die hohe und frühe Homogenisierung von Elitekulturen ist auch die Ähnlichkeit von Nationalhymnen, die von den nationalen Eliten in Auftrag gegeben wurden und häufig an der europäischen Formensprache orientiert sind (Ragozat 1982). Auch die „Allesfresserkultur“ der heutigen Oberschichten scheint, in einem hohen Ausmaß globalisiert zu sein (Peterson 2005, siehe dazu auch Kapitel 8.1). World Music wurde wie ein paar Jahrzehnte zuvor Jazz zu einem globalen Nischenprodukt, das von den bürgerlichen Oberschichten in vielen Ländern der Erde nachgefragt wird. Hier deutet sich ein Paradox an, das die Bewertung des Globalisierungsprozesses in einem anderen Licht erscheinen lässt: Während sich der Mainstream gegen die globale Verbreitung internationalen Repertoires durchaus behauptet, wird die Welt, was die Vielfalt der Nischen angeht, kleiner: Es mag zwar insgesamt mehr Angebot geben, die Regionen der Welt unterscheiden sich aber kaum noch in dem, was sie anbieten. Algerischer

Rai oder indische Bhangramusik sind dem Interessierten in Wien oder São Paulo in gleicher Weise zugänglich, wie die Wiener Klassik oder Samba den Oberschichten im Punjab oder in Algier. Ökonomen, in ihrer unsentimentalen Art die Dinge zu betrachten, wissen das schon lange: „Chinese food, pita bread, country and western, pizza, and jazz are everywhere. They are market segments that exist in worldwide proportions. They don't deny or contradict global homogenization but confirm it.“ (Levitt 1983, 97) Pointierter ausgedrückt: Während die globale Nischenkultur immer homogener wird, differenziert sich der Mainstream regional aus. Diese Sichtweise ist stark vereinfachend, da, wie wir gesehen haben, auch die Hitparaden der Länder ein hohes Maß globaler Homogenität aufweisen und andererseits regionale Nischen existieren, die global kaum Verbreitung finden. Was dieses Paradox aber neuerlich deutlich machen soll, ist die Tatsache, dass Globalisierung und Vielfalt keine Gegensätze sind, so wenig die Regionalisierung eine Garantie für Vielfalt ist. Damit verlagert sich aber auch die Problemsicht bei der Bewertung musikalischer Vielfalt von Fragen der Transnationalisierung zu den vielfaltsmindernden Folgen industrieller Produktion, sei sie nun lokal, regional oder global. Dieser Problemkomplex wird uns im nächsten Kapitel beschäftigen.

