

**MEINE MEINUNG** zur Entwicklung in der Musikindustrie und das Leben in der Welt der Views, Clicks und Likes

# Die Show ersetzt das Leben

**G**rosse Musiker sind nur noch Lockvögel. Globale Firmen polieren ihr Image dank Musik-Sponsorings und das Volk wird zum einflussreichen Star. Online-Post ist die Handlung der Stunde. Alle sollen wissen, wie toll man aussieht und mit wem man wo ist.

## Die Jugend sucht in sich den Superstar

Niemand war früher berühmt, ausser er war Politiker oder Künstler. Die Menschen bewunderten jene Leute, welche stellvertretend für sie eine Haltung vertraten oder eine bestimmte Kunst beherrschten. Man zeigte seinen Respekt mit der Wahl oder dem Kauf der Kunst, dem Besuch eines Konzerts. Dabei fühlte man sich verstanden, lebendig und befriedigt. Heute kann jeder Kunstbanause mit einem verblödeten TV-Auftritt seine 15 Minuten Ruhm (Fame) abholen und danach einige Einkaufszentren als «Stargast» eröffnen. Ob positives oder negatives Image ist egal, Hauptsache Fame. Das bringt den Wert der wirklichen Kunst massiv in Bedrängnis und die Gesellschaft krankt zunehmend an Respektlosigkeit. Weil jeder krampfhaft versucht, selbst zur Respektsperson zu werden. Die Jugend sucht in sich den Superstar.

Es drängt sich die Frage auf: Was ist wirkliche Kunst? Kunst ist, Lebendigkeit darzustellen. Insofern ist eine Momentaufnahme online auch gewissermassen Kunst, nur halt ohne Tiefgang - das ist der Spiegel unserer Zeit. In den 80ern hat man sich verabredet zum Auftritt des Hauptacts eines Festivals, welches von Vereinen der Region organisiert wurde. Zur vereinbarten Zeit waren auch tatsächlich alle da und stachen fröhlich an die Bar des Turnvereins für ein Spezli aus Glas, geöffnet vom Trainer oder Materialwart. Hauptsache fröhliches Beisammensein, welches den Zusammenhalt der Gemeinschaft förderte und nebenbei einen Batzen in die Vereinskasse spülte. Und dann ab ans Konzert der grossen Band, gesponsert vom lokalen Baugeschäft, welches dafür ein Transparent aufhängen durfte.

Heutzutage stellen anonyme Konzertagenturen Kleinstädte aufs Land, wo sich grosse nationale Firmen beim jungen, willigen Publikum als Sponsoren profilieren und Gratisrucksäckli mit Kondomen oder Billig-Regenüberwurf mit Logo verteilen können. Die Hauptacts dienen nur noch als Lockstoff für eine geltungssüchtige Jugend. Diese entscheidet fünf Minuten vor dem Auftritt, ob sie die Haupt-



**Christoph Stöckli\***  
**«Bis in die 90er war der einzige Showeffekt neben der Bühne das Meer aus Feuerzeugflammen bei einem Schnulzensong.»**

bühne ansteuert. Per SMS könnte sie jederzeit noch umschwenken auf House-party. Globale Schnapsmarken bauen ganze Nachtclubs ins Festival-Gelände. Der überbeuerte Longdrink wird allerdings im Depot-Becher von dumpfen Plastikgirls zusammengeschludert. Hauptsache Umsatz. Und mit dem Alkohol in der Hand zeigen die Kids per Selfie der Onlinewelt sofort, wie toll ihr Besäufnis läuft. In der Zwischenzeit neigt sich das Konzert auf der Hauptbühne schon dem Ende zu. Aber egal, das Zugehörigkeitsgefühl findet aktuell auf Instagram statt.

## Das Publikum wird zur Marionette

Auch die grössten Künstler müssen diesem Geltungsdrang der Gesellschaft nachgeben: Lady Gaga beispielsweise beherrscht die Klaviatur der schnellen Effekthascherei perfekt. An einem Tag posiert sie in Los Angeles in einem extravaganten Abendkleid mit 50-Zentimeter-Abständen, am nächsten Tag taucht sie auf einem Flughafen im Vollkörperfleischkostüm auf - und die Medienwelt ist entzückt ob den tollen Sujets und fördert so unbewusst das Abflachen unserer Konsumwelt. Bis in die 90er war der einzige Showeffekt neben der Bühne das Meer

aus Feuerzeugflammen bei einem Schnulzensong. Heute kriegt man am Eingang zum Coldplay-Konzert einen High-Tech-Armbändel umgeschnallt, welcher je nach Song ferngesteuert leuchtet oder blinkt. Zugegeben, es sieht grossartig aus, dieses Lichterfarbenmeer im Stadion - aber es strahlt kein Leben aus, keine Wärme. Das Publikum wird zur Marionette, statt dem Anlass von sich aus Leben einzuhauchen.

In der Hochkonjunktur der Musikindustrie waren die Festivals der einzige Ort, an dem man mehrere grosse Stars am selben Tag live erleben konnte, meistens unter freiem Himmel. Ein wohliges Gefühl war das, im Gras sitzend den königlichen Songarchitekturen Bob Dylans zu lauschen und auf dem Heimweg darüber zu diskutieren. Heute heben junge Menschen auf Kunststoffbodenplatten das Smartphone in die Höhe, damit sie sich auf dem Heimweg dann bereits die ersten Youtube-Mitschnitte reinziehen können - bei voller Lautstärke, versteht sich, weil der Handykameramann den wirklichen Live-Auftritt ja verpasst hat. Aber Hauptsache Views und Likes auf dem Kanal. Dann fühlt man sich Fame.

\*CHRISTOPH STÖCKLI IST MUSIKLIEBHABER UND EHEMALIGER HEAD OF MUSIC BEI RADIO INSIDE