



EXKLUSIV
FOCUS in iranischen
Atomanlagen



ÖKO-PLÄNE
Zusatzkosten für
den Klimaschutz



MILCH-ÄRGER
Wer wirklich an
den Preisen dreht

Österreich € 3,40 • Schweiz CHF 5,00 • Belgien € 3,70 • Niederlande € 3,70 • Luxemburg € 3,70 • Frankreich € 4,20 • Italien € 4,20 • Portugal (Cont) € 4,20 • Spanien € 4,20
Kanaren € 4,40 • Griechenland € 4,80 • Finnland € 5,30 • Dänemark DKK 33 • Norwegen NOK 44 • Japan JPY 1550 (exclusive tax) • Slowenien € 4,20 • Ungarn HUF 1145

DAS MODERNE NACHRICHTENMAGAZIN www.focus.de

FOCUS

Nr. 32 6. August 2007 € 3,20

NEUE MEDIZIN-SERIE

JUNG FÜR IMMER?

Teil 1:
**Intelligente
Ernährung**

**Jungbrunnen-
Enzyme:**

Die geheime Kraft
der Sirtuine

Seitensprung
Welt-Studie: Die größten Fremdgeher





WOHIN SO EILIG?

Der Franzose Manu Chao ist der Jack Kerouac der Weltmusik: immer unterwegs und saugfähig wie ein Schwamm

TREND

Waren Sie schon in Belize?

Der CD-Branche geht es schlecht. Dafür gedeiht ihre Nische Weltmusik umso prächtiger

Das Böse ist der Kommerz, und der ist allgegenwärtig. Aber daran müsse der Fair-Trade-Sänger Manu Chao ja nicht gleich erinnert werden, findet der pfiffige Pressebetreuer und empfiehlt den Journalisten deswegen, die Sprache erst gar nicht auf den Veranstalter der Interviewstunde zu bringen. Dabei handelt es sich nämlich um den globalen Unterhaltungsmulti Warner Music. Und der macht keinen Hehl daraus, kräftig verdienen zu wollen, wenn andere für ihn in die Klampfe greifen.

Manu Chao, der Ende der Neunziger mit dem naiv-genialen „Bongo Bong“ einen Millionen-Ohrwurm buchstäblich aus dem Reiserucksack geschüttelt hat, weiß in der Tat nicht so recht, wie es ihn zur Promotion in ein Münchner Grandhotel verschlagen hat. Seine aktuelle Platte „La Radiolina“ erscheint beim Pariser Hinterhof-Label Because Music, das nicht gerade im Verdacht turbokapitalistischer Monopolisierung steht. Die Vertriebsrechte für Deutschland hat sich allerdings der Branchenriese Warner Music gesichert, ein vertraglicher Winkelzug, den der Aufrichtigkeitssänger und Handy-Verweigerer offenbar nicht durchschaut hat. Der Vorzeigevagabund der Weltmusik wusste aber trotzdem zu verhindern, dass sich die Plattenfirmen die Taschen allzu voll stopfen: Den Hit seiner neuen CD hat der Franzose mit spanischen Eltern, der allerorten Folklore-Elemente wie ein Schwamm aufsaugt und als Agit-Rock wieder auspresst, gratis vorab ins Internet gestellt.

Während die von Internet-Tauschbörsen bedrängten Konzerte immer weniger Mainstream-Pop zu Geld machen können, geht es

der ihrer Schrülligkeit wegen lange belächelten Schattensparte besser denn je. Auf Europas umsatzstärkstem Musikmarkt Großbritannien überholte die Weltmusik traditionelle Sparten wie Blues, Folk oder Country. Die CD-Kette HMV verzeichnete bei der Weltmusik neuerdings ein Absatzplus von vier Prozent, Popalben brachen gleichzeitig um zehn Prozent ein.

Das kuriose Geschäft mit Big Bands aus Tuareg-Kriegern, Flamenco-Zigeunern oder Separden-Barden bedient sich längst der handelsüblichen Marketingwerkzeuge: Seit 13 Jahren existiert die Fachmesse Womex, 1991 wurde eine entsprechende Grammy-Kategorie etabliert, und auch die BBC kürt ihre Helden der Weltmusik.

Die romantische Verklärung zur selbstlosen Kulturliga, die mit ihrem Pionier Ry Cooder musikalische Denkmäler wie den kubanischen Son belebte oder mit Paul Simons Afrika-Pop „Graceland“ die Charts aus den Angeln hob, genießt die Branche größtenteils zu Unrecht. Ihr Erfolg resultiert vielmehr aus einem pragmatischen Masterplan. Vor 20 Jahren trafen sich in einem Londoner Pub Musikexperten und Label-Chefs, um Liedgut jenseits angloamerikanischer Produktion zielgruppengenau zu vermarkten. Dazu musste ein passendes Etikett her. Per Abstimmung einigten sich die Konferenciers auf das Schlagwort „World Music“.

Von der neuen, vereinheitlichenden Kategorie profitierte der Einzelhandel, der endlich für das Plattensammelsurium aus mexikanischen Mariachi-Ensembles und senegalesischen Griot-Stars eine Schublade aufziehen konnte. Am meisten kam der griffige Neologismus aber sei-



PIONIER DER WELTMUSIK

Ry Cooder (r.) war Studio-musiker bei den Rolling Stones, bevor er mit Kubas Senioren spielte



SAMBA-KATZE

Bebel Gilberto, die Tochter der Bossa-Nova-Legende João Gilberto, machte Brasilien-Jazz wieder clubfein



STERBENSCHÖNE DORFMUSIK

Andy Palacio singt und sammelt mit dem Garifuna Collective Melodien aus seiner Heimat Belize: Karibik-Soul in einer untergehenden Stammsprache

nen Erfindern selbst zugute. Der Brite und studierte Afrika-Historiker Nick Gold beispielsweise gründete bald nach der Begriffsklärung das Label World Circuit, das mit den Kuba-Senioren vom „Buena Vista Social Club“ weltweit über sieben Millionen Tonträger verkaufte. Auch der inzwischen verstorbene malische Bluesgitarrist Ali Farka Touré erschloss mit der professionellen Unterstützung durch Golds Label den westlichen Absatzmarkt.

Dass im sandigen Mali noch mehr Wüstenschätze auf ihre Bergung warten, wusste der Globetrotter Manu Chao. Er reiste nach Bamako und grub die regionalen Berühmtheiten Amadou & Mariam aus. Das blinde Sängerehepaar ließ sich vom Bongo-König Chao ein paar Reggae-Rhythmen und Gitarrenriffs unterjubeln und startete mit seinem frankophonen Album „Dimanche à Bamako“ eine hinreißende Charme-Attacke auf Frankreich. Über 800.000 CDs verkauften die beiden Afrikaner im vergangenen Jahr weltweit, die meisten an ihre ehemaligen Kolonialherren.

Ganz ohne den Schliff von Musik-Juwelieren aus der Ersten Welt strahlt derzeit eine Perle aus dem kleinen Karibikstaat Belize. Dort mietete ein einheimischer Melodjensammler eine Bretterbude am Strand und lud das Dorf zur Live-Musik-Sause ein. Entstanden sind mit dem Garifuna Collective Aufnahmen in einer fast vergessenen Stammsprache, dabei so eingängig harmonisch und soulig satt, als hätte Stevie Wonder mit Norah Jones gemjammt. ■



BAMAKO-BLUES

Das blinde Ehepaar Amadou & Mariam aus Mali stand gemeinsam mit Manu Chao am Mikrophon und schaffte den Sprung nach Europa

SVEN F. GOERGENS