

mit Jean Zuber
sprach Hans Bärtsch

Das Musikfestival M4Music hat am Wochenende in Lausanne und Zürich Tausende von Besuchern, darunter Hunderte von Branchenvertretern, angezogen – Konzert-Highlight war der Auftritt der Band Bilderbuch aus Wien mit ihrem furiosen Austropop. Für die Poprock-Szene Schweiz, insbesondere Nachwuchskünstler aus diesem Bereich, ist das M4Music der bedeutendste Anlass hierzulande. Eine wichtige Plattform ist das Festival auch für die Organisation Swiss Music Export. Diese geriet dieses Jahr am M4Music unerwartet in die Defensive. Einerseits durch eine Gesprächsrunde, an der es um die Vermittelbarkeit von Schweizer Künstlern im Ausland ging und deren Relevanz. Der Musikjournalist Jens Balzer («Berliner Zeitung», «Rolling Stone») liess zum Beispiel kein gutes Haar an der Aargauer Band Yokko und kann auch dem Westschweizer Sänger Bastian Baker nicht viel abgewinnen. Auf einem andern Panel meinte andererseits eine Vertreterin des deutschen Wacken-Open-Airs, dass in der Schweiz mehr für die Metal-Szene getan werden könnte. Jean Zuber, Geschäftsführer von Swiss Music Export, stellt sich der Kritik und erklärt, wie die von Pro Helvetia, Suisa-Stiftung, Migros-Kulturprozent und weiteren getragene Organisation funktioniert.

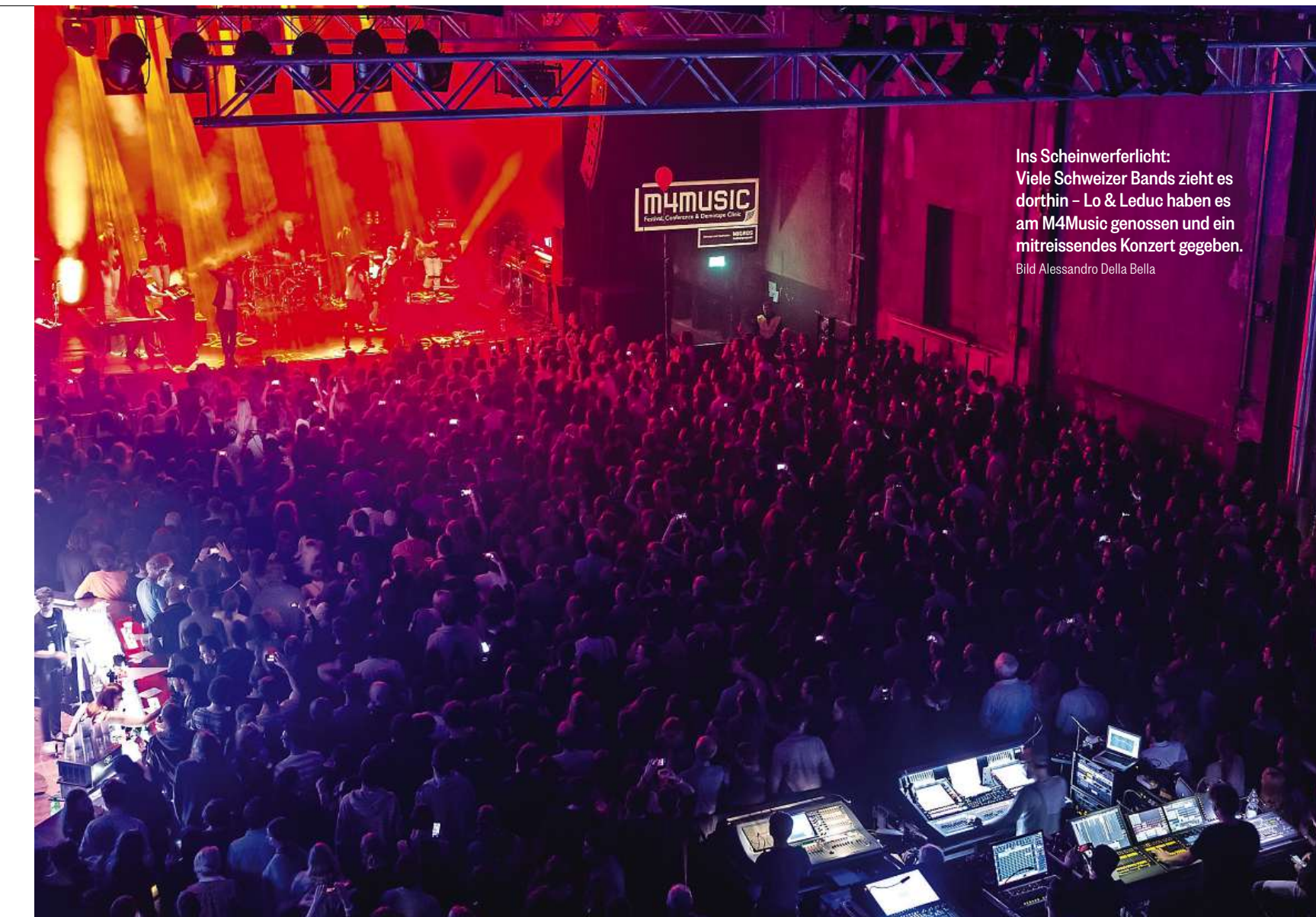
Herr Zuber, am M4Music hiess es, Swiss Music Export unterstütze künstlerisch nur bedingt interessante Bands wie Yokko und vernachlässige bestimmte Stile wie Metal ganz. Was sagen Sie dazu?

JEAN ZUBER: Da muss ich etwas ausholen und grundsätzlich werden. Permanent sind rund 100 Schweizer Bands aus dem Poprock-Bereich im Ausland aktiv. Swiss Music Export, das sind drei Teilzeitstellen. Sie können sich also vorstellen, dass nicht hinter all diesen 100 Künstlerinnen und Künstlern unsere Organisation steht. Wir können nicht alles vollständig abdecken. Wenn eine Band bei uns ein Gesuch um Unterstützung stellt, und wir müssen absagen, hat das in der Regel vor allem einen Grund: fehlende Ressourcen.

«Die Stadt Zürich kann im Bereich Poprock jährlich ungefähr eine Million vergeben. Und wir sollen mit 100 000 Franken die ganze Schweiz abdecken?»

Wie läuft die Unterstützung von Schweizer Künstlern und Bands durch Swiss Music Export denn konkret ab?

Wir haben verschiedene Tools. An erster Stelle zu nennen sind sogenannte Showcase-Festivals im Ausland, die Plattformen für Nachwuchskünstler bieten und mit denen wir intensiv zusammenarbeiten. Konkret zu nennen sind das Reeperbahn-Festival in Hamburg, das Great Escape in Brighton, das Eurosonic Noorderslag im niederländischen Groningen, das Waves Vienna in Wien, das Mama Event in Paris – das sind die für uns wichtigsten. Dort versuchen wir, Bands zu platzieren. Wobei wir keinen direkten Einfluss auf die Programmierung der Festivals haben. Wenn es dann aber zu einem Auftritt kommt, versuchen wir, in Sachen Promotion das Beste daraus zu machen. Dazu organisieren wir an solchen Festivals in der Regel noch einen eigenen



Ins Scheinwerferlicht: Viele Schweizer Bands zieht es dorthin – Lo & Leduc haben es am M4Music genossen und ein mitreissendes Konzert gegeben.

Bild Alessandro Della Bella

«Im Bereich Metal sind wir tatsächlich nicht so präsent»

Sophie Hunger, Bonaparte, Boy: Diese Schweizer Künstler und Bands sind mit ihrer Musik im Ausland erfolgreich. Nicht nur, aber auch dank der Arbeit der Organisation Swiss Music Export. Ein Gespräch mit SME-Geschäftsführer Jean Zuber über Erfolgsgeschichten, aber auch mangelnde Ressourcen.

Anlass, in Hamburg etwa unter dem Namen Swiss Business Mixer. Dort bringen wir Leute aus der Szene zusammen, wie es jeweils auch am M4Music geschieht.

Das grosse Stichwort heisst also Vernetzung.

Genau: Solche Festivals zu nutzen, kostet nicht allzu viel Geld im Verhältnis zu dem, was es bringt. Am letzten Reeperbahn-Festival nahmen rund 300 Personen teil, davon etwa 70 aus der Schweiz. Jetzt gibt es Bands, die besser an bestimmte Festivals passen als andere. Yokko zum Beispiel hat am Eurosonic gespielt. Wenn die jungen Aargauer nun einem Starkritiker aus Berlin überhaupt nicht gefallen, heisst das noch lange nicht alles. Es geht ja auch um Business-Zusammenhänge – und die Band findet ganz offensichtlich auch ein Publikum. Die eingangs angesprochene Kritik hingegen, dass wir im Bereich Metal nicht ganz so präsent sind, nehmen wir als Anregung entgegen, dass man da tatsächlich mehr machen kann. Allerdings unterstützen wir auch andere Genres zu wenig, zum Beispiel elektronische Musik und Hip-Hop. Wir versuchen an sich, für alle da zu sein, können aber schlicht nicht alles machen.

Festivals als Netzwerk-Anlässe sind ja nur das eine...

Genau: Im Inland nutzen wir Plattformen wie das M4Music oder das Paleo Festival in Nyon, das jungen Nachwuchs-Acts immer wieder eine Chance gibt. Dazu kommt die Vermittlung und Beratung, ob im persönlichen Gespräch oder mit Infos über unsere Website. Schliesslich haben wir auch etwas Geld, 80 000 bis 100 000 Franken pro Jahr. Mittel, mit denen wir Bands direkt unterstützen können. Mich ärgert es allerdings etwas, wenn wir, was

ab und zu passiert, auf letztgenannten Punkt reduziert werden. Die Stadt Zürich kann im Bereich Poprock jährlich ungefähr eine Million vergeben. Und wir sollen mit 100 000 Franken die ganze Schweiz abdecken? Da kann sich eine Band nicht beklagen, wenn sie von uns eine Absage erhält. Aber wir haben Verständnis dafür, wenn sie sich trotzdem beklagt, weil für sie das eigene künstlerische Schaffen ja das Wichtigste, das Grösste ist.

Wie weit muss eine Band eigentlich sein, um durch Swiss Music Export unterstützt zu werden? Muss sie zum Beispiel ein Management haben?

Ich drücke es jeweils so aus: Swiss Music Export ist nicht dazu da, neue Sachen zu entdecken, wobei wir natürlich immer die Ohren offen haben. Für uns muss jemand «Export-ready» sein. Das ist zwar ein etwas schwammiger Begriff, aber es geht um folgende Komponenten: Erstens: Es muss musikalisch «verheben», das ist die Grundvoraussetzung. Zweitens muss ein gewis-

ses Interesse aus dem Ausland manifest sein. Konkret: Wenn wir von einer deutschen Agentur hören, dass die eine Schweizer Band toll findet, läuten bei uns alle Alarmglocken im Sinne von: da passiert etwas. Solche Zeichen können auch Fan- und Medienreaktionen oder Youtube-Klicks sein wie etwa im Fall der welschen Band Kadebostany. Und drittens: Wir verlangen ein professionelles Umfeld. Jemand, der behauptet, er finde keine Booking-Agentur, hat vielleicht noch nicht richtig gesucht, dann helfen wir ihm dabei. Allerdings haben Agenten, die Konzerte vermitteln, ja auch gute Nasen. Wie will eine Band ein Publikum von sich überzeugen, wenn sie es nicht mal schafft, eine Booking-Agentur davon zu überzeugen, dass sie für sie arbeiten soll? Professionelles Umfeld kann ein Management sein, eben eine Booking-Agentur, ein Label oder ein Verlag.

Und wann ist der Zeitpunkt erreicht, dass ein Künstler wieder aus dem Unterstützungsraster fällt?

Swiss Music Export hat den Auftrag, jemanden in einen Markt reinzubringen. Wir geben uns dafür zwei bis drei Jahre Zeit pro Territorium, wobei wir uns auf den deutsch- und französischsprachigen Raum in Europa konzentrieren. Sophie Hunger haben wir sowohl in Deutschland als auch in Frankreich stark unterstützt. Und dies zu einem Zeitpunkt, als sie in der Schweiz noch kaum bekannt war. Aus Frankreich kam dann das Interesse von gleich drei Plattenfirmen – und diese Chance wurde gepackt. Sie ist eine grossartige Künstlerin, vor allem live, die es geschafft hat. Da haben wir viel reingesteckt – und schreiben es uns jetzt auch auf die Fahne. Die bekanntesten Erfolge, bei denen wir unseren Teil beigetragen haben, sind Sophie Hunger, Bonaparte, Boy, Bastian Baker und Elu-

veitie. Sobald diese selbstständig waren, brauchten sie unsere direkte Hilfe nicht mehr.

Und welches sind die nächsten kommenden Stars?

Das kann ich auch nicht mit Sicherheit sagen. Puts Marie aus Biel kennt noch kaum jemand, haben aber enormes Potenzial. Und einem James Gruntz gebe ich grosse internationale Chancen. Ebenso Pablo Nouvelle, Klaus Johann Grobe, Kadebostany und Oy. Und hoffentlich vielen anderen!

«Es kommt sogar recht häufig vor, dass wir von Swiss Music Export auf einen fahrenden Zug aufspringen.»

Springt Swiss Music Export ab und zu eigentlich auch auf einen Zug auf, der schon recht gut unterwegs ist? Beispielsweise bei der Bündner Band From Kid, die zurzeit vor allem von SRF3 kräftig gepusht wird?

Es kommt sogar recht häufig vor, dass wir auf einen fahrenden Zug aufspringen. Wir können dann vertiefen, was lokale Förderungen begonnen haben – ein Beispiel sind Künstler, welche der Rockförderverein Basel lokal und schweizweit unterstützt hat, und wo im internationalen Kontext dann wir von Swiss Music Export zum Zug kommen. Das von Ihnen erwähnte Beispiel From Kid: Die Band hat am Mama Event in Paris gespielt – ein Auftritt, den sie sich selber organisiert hatte. Wir haben die Band dann zusätzlich an unserem Showcase spielen lassen.



«Einem James Gruntz gebe ich grosse internationale Chancen.»

Jean Zuber
Swiss Music Export