



Musiker Koffler (M.) mit Band in Seoul

GETTY IMAGES

MUSIKINDUSTRIE

Auf der Jagd nach dem Ruhm

Es war immer schwierig, ein Popstar zu werden. Doch inzwischen ist es fast unmöglich. Ein junger Sänger aus Berlin ist deshalb bis nach Korea gereist. *Von Philipp Oehmke*

Es war vor sieben Wochen hinter der Bühne in der Arena Leipzig, dass Max Koffler sich zum ersten Mal am Ziel wähnte. Er hatte den Soundcheck hinter sich und gerade seinen Kopf vornübergebeugt, um seine roten Haare mit Wachs für den Auftritt noch etwas borstiger hinzukriegen, als Neil Young auf ihn zukam. Young ist seit 40 Jahren einer der größten Rockmusiker der Welt, Max Koffler ist niemand, und trotzdem würden sie heute Abend zusammen spielen, erst Max Koffler, dann Neil Young, Koffler als Youngs Vorprogramm.

Aber würde das klappen? Draußen standen einige tausend Neil-Young-Fans und vielleicht 20 Max-Koffler-Fans, plus Kofflers Vater.

Die Neil-Young-Fans waren im Durchschnitt so alt wie sein Vater, aber viele trugen schwarze Lederhosen, Stiefel und lange Haare dort, wo noch kein Kahlschlag herrschte, einige kifften. Kein leichtes Publikum für einen 29-Jährigen, der sich vor-

genommen hat, anspruchsvolle Popmusik zu machen und damit berühmt zu werden.

Um Viertel vor sieben betritt Max Koffler mit seiner Band, die er die Seoulmates nennt, die Bühne. Es ist der Moment, auf den er gewartet hat, den er ersehnt, erhofft und erträumt hat und an den er, wenn er ehrlich mit sich ist, ziemlich oft schon nicht mehr geglaubt hat. Denn Max Koffler hat in diesem Moment eine Odyssee hinter sich, die acht lange Jahre gedauert hat, und eigentlich ist es völlig unglaublich, dass er heute Abend hier steht.

In den vergangenen acht Jahren hat Koffler viele Lieder geschrieben und auf unzähligen Bühnen gespielt, er hat verschiedene Musiker engagiert und wieder gefeuert, er hat an Talentwettbewerben teilgenommen, er hat sich 15000 Euro geliehen, um eine CD aufzunehmen, und vor ein paar Jahren hat er sogar fast schon mal einen Plattenvertrag unterschrieben.

Er beginnt auf der Neil-Young-Bühne seine Lieder zu spielen, er und seine vier

Mitmusiker drängen sich auf der Bühne eng aneinander, weil sie so groß ist. Die Lieder heißen „Colors“ oder „Taboo“, eingängige, intelligent komponierte Popsongs, die natürlich Hits werden könnten, denn Koffler kann ungefähr so singen wie Chris Martin von Coldplay, über mehrere Oktaven bis hinauf zur Kopfstimme. Ein paar Altrockers beginnen, mit ihren Lederhosenbeinen zu wippen.

Max Koffler ist nur einer von mehreren tausend Musikern in Deutschland, die davon träumen, den Sprung aus dem Mittelmaß zu machen und einen Vertrag bei einem der verbliebenen vier großen Musikkonzerne zu bekommen. Das wird immer schwieriger, denn es lohnt sich nicht mehr für die Firmen. Einen neuen Künstler aufzubauen kostet mindestens eine Viertelmillion Euro. Aber 90 Prozent von denen würden am Ende Flops, sagt ein Insider aus einem großen Unterhaltungskonzern.

Popstar zu werden ist heutzutage eine Tortur. Das weiß Max Koffler, und das zei-

gen auch die Pop-Casting-Shows im Fernsehen, in denen die Kandidaten darauf gedrillt werden, so zu reden wie Profifußballer, die immer wieder betonen, dass sie „hart an sich arbeiten müssen“. Wer Popstar werden will, muss bereit sein, nahezu alles zu tun. Max Koffler hat alles getan.

Anfang des Jahres hat ihn die Ochsentour, die einmal eine Karriere werden soll, sogar bis nach Südkorea geführt. Dort, so hoffte Koffler, würde sich der Ruhm leichter erobern lassen als in Deutschland. Also hat er sich ins Flugzeug gesetzt, 8150 Kilometer von Berlin nach Seoul, seine Band war dabei, seine Freundin und sein Manager Guido Schulz, die Hoffnung war groß.

In Seoul landete Max Koffler in Insa-dong, dem Touristenviertel, wo er in einem der sogenannten Love Hotels wohnte, ordentlichen, billigen Unterkünften, die ihre Zimmer allerdings auch stundenweise vermieten. Gleich am zweiten Abend irrte er durch die Gassen von Insa-dong auf der Suche nach einem Kopierladen. Die Luft war trocken und kalt, trotzdem sah man keine Sterne.

Koffler hatte auf seinem Laptop einen Werbeflyer für das Abschlusskonzert entworfen, das er hier in Seoul geben will, und den muss er nun kopieren und verteilen. Man sieht darauf sein Gesicht vor der Berliner Reichstagskuppel, den roten Bart, die verwuschelten Haare. Die Koreaner mögen, wie Koffler aussieht. Er erinnert sie an Oliver Kahn.

Als Koffler schließlich ein Kopiergeschäft gefunden hat, lässt er 500 Flyer ausdrucken und steckt sie in seinen zerschissenen Rucksack, in dem er auch die Butterbrote herumträgt, die ihm seine Freundin morgens schmiert.

Er will die Flyer eigentlich nur auslegen in Kaffee-läden, in Restaurants und Bars, doch sein Manager Schulz sagt, auslegen bringe überhaupt nichts. Er müsse sie schon selbst verteilen, auf die Koreaner zugehen, sie konfrontieren. Und so stapft der Noch-nicht-Popstar Koffler, ein gequältes Lächeln im Gesicht, in der Fußgängerzone auf vorbeihastende Koreaner zu und drückt ihnen Zettel in die Hand. Manche erkennen ihn als den Mann auf dem Zettel und stoßen bewundernde, verwunderte oder vielleicht auch nur höfliche Laute aus: „Ah ...“, sagen sie, oder „ohoh“ und ziehen kichernd, winkend und manchmal auch fotografierend weiter.

Es ist eine gespenstische Szene am anderen Ende der Welt, die viel aussagt über die Krise auf dem Tonträgermarkt und die immer absurderen Zwänge für junge Musiker.

Die sollten sich im Frühjahr – wieder einmal – auch bei der Jahrespressekonferenz des Bundesverbands Musikindustrie

zeigen. In den vergangenen Jahren war diese Veranstaltung zu einem Depressionstreffen verkommen, auf dem sich die Hiobsbotschaften über den Zustand der deutschen Musikindustrie von Mal zu Mal übertrafen. 1997 hat die Branche noch 2,75 Milliarden Euro Umsatz gemacht, doch davon ist seither mehr als ein Drittel verdampft: Im Jahr 2007 konnten die Musikfirmen nur noch 1,65 Milliarden Euro einnehmen. Das sind immerhin nur noch rund drei Prozent weniger als im Vorjahr, weswegen sich der Popmanager Dieter Gorny, neuer Vorsitzender des Verbands, entschlossen hatte, von „verhaltenem Optimismus“ zu sprechen.

Dabei stand Gorny neben überlebensgroßen Pappfiguren der Gruppe Tokio Hotel. Wenn es doch immer so laufen würde wie bei diesen vier Magdeburgern! Die kamen im Sommer 2005 aus dem Nichts und haben seitdem über vier Millionen Platten verkauft. „Perfekt“, sagte Gorny.

Nur passiert das leider zu selten. Die etablierten Stars, erst recht die internationalen, Nelly Furtado oder Justin Timberlake, bringen der Industrie noch immer ordentliche Erträge, aber der Mittelbau verkümmert: Künstler oder Bands, die vielleicht 20 000 oder 30 000 Stück von einer Platte absetzen – und Musikfirmen, die damit leben können.



Talent Koffler, Superstar Young*: „Danke, dass ihr für mich spielt“

Dieser schrumpfende Mittelbau ist das Problem des Max Koffler. Lösen soll es für ihn Guido Schulz. Der Manager ist 47 Jahre alt, davon hat er 25 im Musikgeschäft verbracht, ein bunter Vogel, den nicht jeder mag. Er gilt als eigenwillig und gerissen. Allerdings, so heißt es in der Branche, liege er auch selten falsch. Und jetzt investiert Schulz in Koffler. Sieben Leute hat er für zwölf Tage nach Südkorea gekarrt: viel Aufwand für einen Musiker, der seit acht Jahren keinen Erfolg hat. Doch Schulz hat sofort erfasst, dass mindestens zwei Gründe für seine Entdeckung sprechen: Erstens, Kofflers Musik entspricht einem aktuellen Massenge-

* Mit Kofflers Band Seoulmates in Berlin.

schmack, gitarrenbasiertem Pop, ein bisschen James Blunt, ein bisschen Coldplay. Zweitens, die Korea-Sache.

Die hat Schulz zuerst auch nicht geglaubt. 2003 hatte Koffler mal wieder bei einem Musikwettbewerb mitgemacht. „Korea sucht den Superstar“ nannte der sich, ausgerichtet von der südkoreanischen Botschaft in Berlin. Koffler hatte sich hingesetzt, ein koreanisches Lied einstudiert und gesungen. Den Wettbewerb hat er zwar nicht gewonnen, aber bald darauf lud ihn die Botschaft zu einem koreanischen Liederabend in Berlin ein. Ein Video des Auftritts zeigt Koffler vor begeistertem Publikum, fast nur Koreaner. Dann fuhr Koffler auf Einladung der südkoreanischen Botschaft zum ersten Mal nach Seoul, er trat in der Staatsoper auf und im größten Unterhaltungspark des Landes.

Und schließlich tauchten Filme von Kofflers Auftritten auf einigen südkoreanischen Musikblogs auf, der Deutsche wurde dort der meistgesuchte Name, und irgendwann stand Max Koffler auf den Hitparaden dieser Blogs auf Platz eins. Das war 2006. Endlich Platz eins. Es war nur das Internet, aber es war ein Anfang.

Dummerweise in Korea. Die verschlungenen Wege des World Wide Web hatten Koffler einen Hit beschert, aber gefeiert wurde er auf koreanischen Websites, von koreanischen Fans, in koreanischen Schriftzeichen. Und jetzt?

Die Aufgabe seines Managers Schulz musste es nun sein, diesen Zufallserfolg einzufangen, ihn in die Bahnen des industriellen Musiksystems zu lenken und für den deutschen Markt auszuschlachten.

Deswegen ist er mit Koffler nun wieder hier. „Man muss heute eine Geschichte erzählen können, wenn man einen Star aufbauen will“, sagt Schulz. „Korea ist Max' Geschichte.“

Und Max ist in Korea eine Geschichte. Koffler fährt durchs Land, er wird in Radioshows eingeladen und gibt aufgeregten koreanischen Journalistinnen

Zeitungsgesprächen. Hatte der Manager Schulz doch den richtigen Riecher? Sogar ein Fernseheteam des Senders KBS hat sich angesagt, sie wollen ein Porträt senden über diesen merkwürdigen Deutschen mit den quadratischen Gesundheitslatschen, der sich die Mühe gemacht hat, Koreanisch so gut zu lernen, dass er im Radio, im Fernsehen und auf der Bühne radebrechen und sogar ein paar koreanische Lieder singen kann.

Überraschend lädt auch ein Provinzgouverneur den Deutschen in seinen Regierungssitz ein. Koffler bringt ihm seine CD mit, der Gouverneur schenkt Koffler eine ziemlich schauerhafte Krawatte und besteht darauf, dass die CD sofort eingelegt

wird. Dann sagt er, er liebe Schuberts „Winterreise“ und dass ThyssenKrupp bei ihm in der Provinz investiere.

Koffler stammelt ein paar Sätze auf Koreanisch, der Gouverneur antwortet, indem er die deutschen Artikel dekliniert: „Der, die, das, des, der, des, dem, der, dem...“ Freude, Gelächter. Langsam macht Korea Spaß.

Am folgenden Tag will Max Koffler mit dem koreanischen Fernsehen an die Grenze zu Nordkorea fahren. Er hat seine Gitarre eingepackt, er will dort ein Spontankonzert geben, noch in Berlin hat er mit seiner Band ein bekanntes koreanisches Lied eingeübt, dessen Titel übersetzt lautet „Unser Wunsch ist die Wiedervereinigung“.

Auf der Fahrt zur Grenze, im Bus des Fernsehsenders, versucht der Regisseur Koffler vor laufender Kamera zu interviewen. Warum er an die Grenze wolle, was für Erwartungen er habe. Koffler überlegt lange, doch ihm fallen keine sinnvollen Antworten ein. Der Regisseur ist nicht zufrieden, damit kann er nichts anfangen.

„Genauer!“, flüstert Kofflers Freundin Mihyun. „Was soll ich denn sagen?“, blafft Koffler zurück. Manager Schulz schüttelt den Kopf und sagt, er werde Koffler in Berlin als erstes ein Interviewtraining buchen.

Das sind die Momente, sagt Koffler später, in denen ihm die Zweifel kommen. Will er das hier? Kann das funktionieren, über den Umweg Korea auch in Deutschland endlich ein Star zu werden?

In seiner Jugend, sagt er, sei er lange ein Außenseiter gewesen. Er war zwölf Jahre alt, als seine Eltern von Berlin nach Stendal in Sachsen-Anhalt zogen. Das war Anfang der neunziger Jahre, Max Koffler ein Junge aus West-Berlin, der gut in der Schule war, seit frühen Kindertagen Gitarre und Geige spielte und Sätze sagte wie: „Die Musik von Bach: Das ist reinste Mathematik!“ Das kam auf dem Schulhof in Ostdeutschland nicht so gut an.

Max Koffler hat dann gemacht, was Außenseiter machen. Er hat sich die Haare wachsen und zu Würsten verfilzen lassen, er hat seine Jeans zerrissen und eine Band gegründet. Wenn man ihn über sein Verhältnis zu Musik befragt, erzählt er am liebsten eine Geschichte aus der dritten Klasse: Wie jeder Schüler ein Gedicht aufsagen musste und er als einziger sein Gedicht gesungen hat. Jedes Mal, wenn Koffler die Geschichte erwähnt, bekommt das Gesicht des Managers Schulz einen leidenden Ausdruck. Dies ist keine Geschichte, die ein Popstar erzählt.

Irgendwann hören auf dem Navigationsbildschirm des Fernbusses die Straßen auf, der Bildschirm wird blau, als hätte die Reisegruppe das Meer erreicht.

* In der demilitarisierten Zone an der Grenze zu Nordkorea.



Sänger Koffler, Straßenpublikum in Seoul: Sie finden, er sieht aus wie Oliver Kahn

„And where is North Korea?“, fragt Koffler. Er hält eine Tüte Haribo in der Hand, die er den südkoreanischen Grenzsoldaten schenken will. Beim „Observatorium für die Wiedervereinigung“ steht ein Mahnmahl für die Opfer der koreanischen Trennung, der Regisseur schlägt vor, dass Koffler davor niederkniet und sich verbeugt.

Also fällt Koffler auf die Knie, es sieht pathetisch aus. Es sieht aus wie Willy Brandt in Warschau. Koffler hört gar nicht mehr auf, sich zu verbeugen, liegt schließlich flach auf dem Boden.

Währenddessen hat der Manager Schulz eine südkoreanische Schulklasse aufgetan und zeigt auf den Deutschen. Die Schüler sehen die Kameras und den fremdartigen Typen, den sie filmen, und fangen an zu kreischen. Koffler blickt verunsichert. Was hat der Manager Schulz jetzt schon wieder angerichtet?

Doch dann nimmt er seine Gitarre und fängt an zu singen. „Ani beolsseo“, ein Lied über die Sehnsucht, das in Korea jeder kennt. Koffler singt koreanisch. Die Traube, die sich um ihn gebildet hat, wird immer größer, die Koreaner kreischen nicht mehr, sie raunen jetzt. Schulz verteilt unermüdlich

die Zettelchen, die auf das Abschlusskonzert am Samstag in Seoul hinweisen.

An jenem Samstagnachmittag, kurz vor dem Konzert, wird der Manager Schulz die endgültige Einigung mit der koreanischen Plattenfirma erzielt, mit zwei Männern, die sich Phil und Kim nennen. Sie tragen graue Anzüge und haben sich labberige bunte Krawatten um den Hals gebunden. Sie sehen aus wie die Verkäufer in einem der vielen Handy-Billigläden.

Zwar erzählen auch Phil und Kim etwas davon, dass der koreanische Musikmarkt nahezu zerstört sei; dass man hier, wenn überhaupt, Musik nur noch übers Internet verkaufen könne; dass sie natürlich aus Kofflers Liedern auch Handy-Klingeltöne erstellen müssten. Da hat Koffler noch mal geschluckt. Aber sie sagen auch, dass sie an diesen Deutschen glauben und dass sie sein erstes Album, das Koffler „Taboo“ genannt hat, in Korea herausbringen werden.

Es sieht gut aus für Koffler an diesem Samstagnachmittag, doch das Popgeschäft wäre nicht das Popgeschäft, hielte es nicht noch eine Demütigung für ihn bereit. Und die kommt ausgerechnet als Abschiedsgruß, bei dem Konzert, für das er all die Flyer gedruckt und unter Qualen verteilt hat. Es ist das dritte, das er in diesen Tagen in Seoul spielt, die ersten beiden waren voll. Aber da ist Koffler mit lokalen Bands aufgetreten.

Heute Abend spielt er allein. In Seouls Amüsiervier-



Koffler-Band Seoulmates*: Haribo für die Grenzsoldaten

tel lärmt die Samstagnacht langsam los, hier findet sich ein, wer Bands sehen, trinken oder ein paar nackte Mädchen bestaunen will. Hier liegt auch der Kellerclub DGBD, er hat Platz für 300 bis 400 Menschen. Um Viertel vor acht wartet Koffler auf Zuschauer, der Geruch von kaltem Rauch, Bier, Schweiß sticht ihm in die Nase. Gleich soll er auf die Bühne. Aber der Laden ist praktisch leer. Koffler zählt 22 Zuschauer.

Der Manager Schulz will die Stimmung anheizen und zappelt allein vor der Bühne herum, begleitet von skeptischen Blicken der Koreaner. Immerhin, die beiden Männer von der koreanischen Plattenfirma sind da, Phil und Kim in ihren grauen Anzügen. Jeder vernünftige Mensch würde sich von dieser Szene entmutigen lassen. Max Koffler nicht. Er steigt mit seiner Band auf die Bühne, spielt tapfer und singt sogar ein paar koreanische Lieder. Die anwesenden Koreaner danken es ihm mit dem lautesten Jubel, zu dem zwei Dutzend Menschen in der Lage sind. „Demut“, sagt Max Koffler nach dem Auftritt, „man muss als Popstar auch Demut lernen.“

Zwei Tage später ist Koffler zurück in Berlin. Er jobbt wieder in der Galerie seiner Freundin, es wird April, Mai, Juni. Alles beim Alten, so sieht es aus, trotz Korea. Wird es noch weiter gehen? Oder war es das nun, nach acht Jahren Kampf?

Sein Album ist inzwischen auf dem Markt. Viele haben es noch nicht gekauft. Aber für zwei Spielfilme hat Koffler Songs geliefert, die Filme laufen Anfang August im deutschen Fernsehen.

Und auch in Korea kennt man ihn nun. Der Fernsehbericht über ihn ist ausgestrahlt worden, zur besten Sendezeit, vier große koreanische Zeitungen haben Porträts über ihn veröffentlicht. Nur, was bringt das alles?

In den letzten Junitagen ruft der Manager Schulz Koffler an. Ob er Neil Young kenne? „Was für eine Frage!“, sagt Koffler.

„Das ist gut“, sagt Schulz, „du spielst nämlich bei Neil Young im Vorprogramm.“

Und so steht Max Koffler am vergangenen Dienstag in Berlin hinter der Bühne und schmiert sich Wachs ins Haar. Nach Leipzig hatte Neil Young Koffler auch für dieses zweite Konzert gebucht. Wieder kommt Young auf ihn zu. Diesmal schüttelt er Koffler die Hand. „Hey, danke“, sagt Young, „dass ihr für mich die Show eröffnet. Ich weiß das zu schätzen.“

Dann reicht Young nicht nur Koffler die Hand, sondern auch seinen vier Bandmitgliedern. Kofflers Freundin hatte in Leipzig ein Foto von Young gemacht, sie hat es gerahmt, und nun schenkt Max Koffler seinem Kollegen Neil Young das Foto.

„Here, for you“, sagt Koffler. Neil Young lacht. Später geht Young zum Konzertveranstalter. Die Vorband, sagt er, die fand er wirklich gut. Ob die schon sehr berühmt in Deutschland sei? ◆

www.royrobson.com



ROY ROBSON
I ■ ■ ■ ■ ■