

# Einnahmen, Vereinnahmung und Damenunterwäsche

Dunkel und kalt, so sieht unsere unmittelbare Zukunft aus. Und wer jetzt seine Festtagsware noch nicht ins Regal gestellt hat, kann's für dieses Jahr vergessen. Ja, es ist eben die Zeit der Wiederveröffentlichungen, der Box-Sets und der Neuerscheinungen.

Nicht nur Geld und Aufbruchsstimmung kommen uns da an den herauf dräuenden Festtagen abhanden, auch die Arbeit im allgemeinen und die Lohnarbeit im Speziellen, die bekanntermaßen immer weniger wird. Da hilft nur eines: arbeitsloses Grundeinkommen für alle, auf dass wir uns recht fleißig an der Unterhaltungsbranche und ihrem schwunghaften Handel mit Tonträgern beteiligen können. Es ist ja nicht so, dass das Zukunftsmusik oder sozial-utopische Träumereien wären. Für Lotogewinner, Erben und andere Millionäre zum Beispiel ist das arbeitslose Grundeinkommen ja schon längst Wirklichkeit. Gut angelegtes Geld vermehrt sich von selbst, weiß man. Da wäre zum Beispiel der Großindustriellensohn Dieter Bohlen, der damals in den Achtzigerjahren versucht hat, meine Kindheit musikalisch zu zerstören, und der nur durch potente Gegenmittel wie die Industrialpioniere Throbbing Gristle zu neutralisieren war. Mit der väterlichen Baufrma in Oldenburg samt Firmen-Mercedes und Aktien im Hintergrund nervte er mit Modern Talking solange, bis der unfreie Markt nachgab. Die geplante Erhöhung des Spitzensteuersatzes für Vielverdiener in Deutschland wird Dieter nun mit voller Härte erwischen, ein Comeback ist zu befürchten.

**Noch eine Neuigkeit** aus der Welt des neoliberalen Horuck-Kapitalismus: Sigi Maron, Liedermacher, Schriftsteller und Sozialkritiker wurde von seinem Arbeitgeber freigesetzt. Nein, nicht wegen zurückgehender Plattenverkäufe, sondern in seiner Funktion als EDV-Experte bei Sony-BMG. Nach der Fusion wurde beständig Personal abgebaut, mittlerweile hat es auch Sigi Maron erwischt und sein Werkvertrag (schließlich will man sich die lästigen Lohnnebenkosten ersparen) wurde gekündigt.

Ein köstlicher Abschiedsbrief, unsentimental, bissig, böse und uneingeschränkt lesenswert, findet sich auf [www.maron.at](http://www.maron.at).

**Nun zum Copyrightmalheur** des „Jahrhunderthirschen“ Rainhard Fendrich und seines auch als Einschleimkleingeisthymne verwendbaren Liedes „I am From Austria“, das von der Wiener FPÖ angeblich ungenehmigterweise bei so manchem Wahlkampftritt des Spitzenkandidaten H.C. verwendet wurde. Selber schuld, wenn man so ein Lied schreibt, werden manche sagen, und man ist geneigt dem beizupflichten. Man darf sich eben nicht wundern, wenn man sich bei sol-



chen Lyrics plötzlich im bierdunsten Schwitzkasten des Heimattums wiederfindet. Wie sagte schon der kürzlich mit dem Verdienstzeichen der Stadt Wien geehrte Dradwaberl Frontmann Stefan Weber: Bei ihm öffnen sich alle Schleusen, wenn er dieses Lied hört. Und an dieser Stelle würde ich gerne ein Andererseits anbringen, indes da fällt mir schon nichts mehr ein. Dass das Missverständnis bei Fendrich oft Saison hat, bewies er auch kürzlich, als er den Reinhold Messner Ausspruch „Meine Heimat bin ich mir selbst und mein Taschentuch ist meine Fahne“ zu paraphrasieren versuchte. So klang's bei Fendrich: „Mein Taschentuch ist Rotweissrot.“ Na dann.

Für gewaltsame Umarmungen scheinen Künstler mitunter anfällig zu sein, und auch wenn auf die Vereinnahmung die Einnahmen folgen, bleibt der Nachgeschmack schal. Man erinnert sich an eine Begebenheit mit Bruce Hornsby, einem engen Freund Bruce Springsteens, Kurzeit-Pianist der Überhippie Jam-

band Grateful Dead und auch als Solokünstler erfolgreich. Pikanterweise wurde sein Nummer 1 Hit „Just The Way It Is“ mit dem einprägsamen Klavierriff im Wahljahr 2004 immer wieder gern in amerikanischen Rechtsaußentalkshows verwendet. Im Song äußert Hornsby seine Verwunderung, wie stur Menschen ihrer intoleranten Einstellung nachhängen und wie stark Vorurteile gesellschaftlich festgeschrieben sind. Warum ausgerechnet neokonservative Radio-DJs diesen Song in ihr Repertoire aufnahmen, bleibt ein Rätsel, jedenfalls ließ Hornsby mitteilen, dass er sich gegen die Verwendung des Songs in solchen Shows verwehrt. Das brachte ihm Häme und Spott der religiösen Rechten ein. Er solle sich doch über die Tantiemen freuen, besonders weil die Zeit seiner großen Erfolge doch ohnehin schon etwas zurückliegende und er ein bisschen Airplay dringend nötig habe. Das konservativ-fundamentalistische Hassradio und seine Star-DJs wie Ann Coulter oder Bill O'Reilly bedienen sich gern populärkultureller Referenzen als Marketingtool. Nichts wirklich Neues, bekanntlich wurde in der Reagan-Ära auch Bruce Springsteens Vietnamaufarbeitung „Born In The USA“ ähnlich missverstanden und von Konservativen umgedeutet.

**Weniger Zores** hatte im selben Jahr der sonst eher öffentlichkeitsscheue Bob Dylan mit einem Werbespot für „Victoria's Secret“, der amerikanischen Ausgabe von Palmers und mitunter das Erregendste, was es im betont prüden amerikanischen TV zu sehen gibt. Schließlich beantwortete er schon in einem Interview aus dem Jahre 1965, was ihn zum kommerziellen Ausverkauf veranlassen könnte. Seine Antwort damals (wie heute): „Damenunterwäsche“. Der Spot ist nicht nur für Fans absolut sehenswert. Wie Dylan durch den Venezianischen Palazzo schleicht, auf der Suche nach einem kaum bekleideten Mädchen in Cowboyhut und Engelsflügel, das hat schon etwas, nun ja, Verstörendes. Die Pensionskassa des auf einer „Never Ending Tour“ befindlichen Musikers hatte diesen Auftritt wahrscheinlich nicht mehr notwendig, aber gibt es eine bessere Methode, halbwegsige Unterwäschemodels kennenzulernen? Eben.

Gerhard Graml