



Ein Gespräch mit einem der neuen Könige des Musicbiz: Charles Attal

Lord Of The Lollapaloozas

Als Madonna 2007 ihre Plattenfirma verließ, um beim Veranstaltungsriesen Live Nation zu unterschreiben, war das wie ein Putsch, eine Erschütterung der Macht in der Musikwelt. Es begann der bis heute ungebremste Aufstieg der Live-Entertainment-Konzerne. Charles Attal hat die ganze Geschichte miterlebt, seine Firma C3 Presents veranstaltet heute die beliebte Lollapalooza-Reihe rund um den Globus.

INTERVIEW: ANNELI BOTZ



»Wenn man es als Musiker wirklich schaffen will, dann muss man aggressiv vorgehen.«

Vor zehn Jahren ging es der Musikbranche schlecht. Im Zuge der digitalen Umstellung verloren die Plattenfirmen ihre Monopolstellung im Markt. Einkünfte der Musiker wurden plötzlich nicht mehr über verkaufte Plattenträger generiert, eine gesamte Industrie musste sich neu konstituieren. Erfolgreich aus diesem Wandel gingen die Festivalveranstalter hervor, die den digitalen Datenträgern, den Online Streaming- und Download-Diensten die Musikerfahrung des Live Events gegenüberstellten. Charles Attal ist einer von ihnen. Seine Eventagentur C3 Presents aus Austin, Texas, ist ein Big Player und veranstaltet jährlich an die 1000 Konzerte, darunter die erfolgreiche Festivalreihe Lollapalooza, mit Ausgaben in den USA, Chile, Argentinien, Brasilien, Deutschland und Frankreich. Ein Gespräch über den Paradigmenwechsel einer gesamten Branche und über die Mittel und Wege, nachhaltig in ihr zu bestehen.

In den vergangenen 20 Jahren musste sich das Machtgefüge der Musikindustrie vollkommen neu sortieren. Lange Zeit spielten Plattenfirmen die Gewinne ein, heute verdienen Musiker und Bands ihren Lebensunterhalt vor allem über Konzertauftritte.

Ich erinnere mich noch gut daran, wie die Plattenfirmen den gesamten Markt dominierten. Das war eine Szene, in der viele Leute ihre Machtposition ausspielten. Dann kam der Wandel der Industrie und alles ging recht schnell. Plötzlich wurde der Live-Event-Bereich zur größten Einkommensquelle für Musiker, die Plattenbosse mussten sich auf einmal umgucken.

Das klingt so, als hätte die Plattenindustrie diesen Umschwung nicht kommen sehen.

Genauso wenig wie wir. Nur hatten wir das Glück, zu einem frühen Zeitpunkt Teil der neuen Marktordnung zu sein. Aber ich habe den Eindruck, dass sich die Branche nun nach und nach stabilisiert hat und anfängt, wirklich Gelder über das Online Streaming zu verdienen. Dennoch bestimmt sich die Einkommensquelle einer Band aktuell zu 80 Prozent aus Live-Musik.

Erhöht sich da nicht der Druck auf die Bands, die so dauerhaft touren oder produzieren müssen?

Für die Bands in der Mitte ist es hart. Sie sind immer unterwegs auf Tour und müssen noch schauen, dass sie ihre Songs in der Werbung, im Radio, Kino oder in TV-Serien platzieren.

Das war lange out.

Das war früher ein großes Tabu. Als ernstzunehmender Musiker wollte niemand etwas mit der Werbung zu tun haben, aber heutzutage müssen auch andere Einkommensquellen gefunden werden. Und dann heißt es touren, was wiederum sehr effizient gestaltet sein will. Ansonsten wird alles Geld, was auf der Tour gemacht wird, gleich wieder verbraten. Viele Bands bestehen ja aus drei, fünf oder sieben Mitgliedern, unter denen der Verdienst erstmal aufgeteilt werden muss. Sich davon einen soliden Lebensstandard zu ermöglichen, ist ganz schön schwer. Wenn man es als Musiker wirklich schaffen will, dann muss man aggressiv vorgehen. Solange einen keiner kennt, kann man sich auch nicht zwei Jahre lang Zeit nehmen, um ein Album zu produzieren.

Erschwert die Geschwindigkeit der Industrie die Entstehung und Entfaltung wahrer Talente? Hätte ein Bob Dylan heute die Chance von damals? Natürlich ist es nach wie vor möglich, dass sich solche Talente entwickeln, aber es ist definitiv schwerer geworden. Auf der anderen Seite vertrete ich die Meinung, dass ein Musiker, der Talent hat und es schafft, die Menschen emotional zu packen, auch eine nachhaltige Karriere haben kann. Die Musik bleibt bestehen, auch wenn sich die Parameter ändern. Und den Typus Singer/Songwriter wird es immer geben.

Wie wirken sich Digitalisierung und Beschleunigung der Branche auf den Konsumenten aus?

Ich sehe eine große Veränderung, was die Aufmerksamkeitsspanne von Jugendlichen angeht. Während ich mir auf meinem Plattenspieler ein ganzes Album anhöre, macht sich der Teenager von heute eine Playlist oder will den Song nur antesten, um dann gleich zum nächsten zu wechseln. Viele Jugendlichen schaffen es gar nicht mehr, ein ganzes Album lang still zu sitzen und zuzuhören.

Wie überträgt sich das auf die Festivalwelt? Da kann man ja nun nicht mitten im Song weiter klicken. Nein, aber man kann von Bühne zu Bühne gehen. Gerade deswegen funktionieren

Festivals so gut, denn dort müssen die Leute eben nicht sitzen bleiben und sich nur die eine Band angucken. Stattdessen schauen sie sich 20 Verschiedene an, nehmen soviel auf, wie sie können und gehen am Abend zufrieden nach Hause.

In Zeiten von sozialen Medien scheint das Bedürfnis, auch Teil einer leibhaftigen Masse zu sein, so groß wie noch nie.

Zweifellos, ja.

»Willst du Konzertveranstalter sein, musst du jederzeit dazu bereit sein, einen Koffer voller Bargeld von einem Hochhausdach zu schmeißen.«

Deine Festivals sind heutzutage auf der ganzen Welt verteilt, die Lollapalooza-Serie gehört zu einer deiner großen Erfolgsgeschichten. Und das, obwohl alles mit einem Festival begann, das pleite war.

Bis 2004 gehörte das Lollapalooza Festival Perry Farrell, dem Sänger der Rock-Band Jane's Addiction. Ursprünglich war es als eine Art Wanderfestival gedacht, das mit unterschiedlichen Musikern in verschiedenen Städten stattfinden sollte. Dieses Konzept ging aber nicht auf und das Festival war recht schnell bankrott. Daraufhin kauften wir den Großteil der Rechte, verloren aber gleich im ersten Jahr selbst ein paar Millionen Dollar.

Sind diese Spekulationen mit hohen Verlustgeschäften nicht wahnsinnig nervenaufreibend?

Damit muss man immer rechnen. In Austin gibt es einen Veranstalter, der einmal gesagt hat: »Willst du Konzertveranstalter sein, musst du jederzeit dazu bereit sein, einen Koffer voller Bargeld von einem Hochhausdach zu schmeißen und auf einen Schlag alles zu verlieren.« Das beschreibt ganz treffend das Risiko, mit dem man in dieser Branche leben muss. Um Erfolg zu haben, braucht man vor allem Glück. Glück mit den ersten Konzerten, mit den Ticketverkäufen und dem richtigen Line-up. Darüber hinaus muss man finanziell in der Lage sein, einigen Rückschläge einzustecken. Denn die gibt es immer wieder.

Trotz jahrelanger Erfahrung?

Als wir 2007 unsere Firma C3 Presents gründeten, waren meine beiden Geschäftspartner und ich schon über ein Jahrzehnt in der Branche tätig. Unsere Hauptfestivals spielten Rekorderlöse ein. Wir hielten uns für unfehlbar. In dieser Zeit erhielten wir den Auftrag, ein Country Festival in Texas zu veranstalten. »Kein Problem«, dachten wir, obwohl wir von Country Musik eigentlich wenig Ahnung hatten. Ein großer Irrtum. Innerhalb von einem Wochenende verloren wir fünf Millionen Dollar, mangels ausreichendem Ticketverkauf. Zu allem Übel gingen noch dazu zwei Dutzend Autos in Flammen auf.

Angesteckt von wütenden Festivalbesuchern?

Ein Abgaskatalysator hatte Feuer gefangen und das Gras in der Parkzone angesteckt. Na ja, das war das erste Jahr unserer Firmengründung. Recht niederschmetternd.

Wie erholt man sich von so einem Schock?

Schnellstmöglich die nächstgrößere Show veranstalten und ausverkaufen.

Kein Gedanke ans Aufgeben?

Nein. Wir haben einfach weiter gemacht, immer mit dem Kopf durch die Wand. Um in dieser Branche zu bestehen, darf man nicht zurückblicken.

»Mein Rat an jemandem, der sich in dieser Branche versuchen möchte, wäre, stets mit einer Obergrenze von 5.000 Leuten zu beginnen.«

2014 lag der geschätzte Unternehmenswert von C3 Presents bei über 250 Millionen US-Dollar.

Es waren sehr bewegte Jahre. Eigentlich haben wir nonstop gearbeitet, Tag und Nacht. Dieses Pensum, verbunden mit einem sehr ungesunden Lifestyle, führte aber schlussendlich dazu, dass wir nach zehn Jahren völlig am Ende waren. Daraufhin stellten wir einen CEO ein. Immer alles selber regeln zu wollen, macht einen auf Dauer fertig.

2014 ist dein Unternehmen zudem mit Live Nation, dem weltweit größten Medienunternehmen im Veranstal-**tungsbereich fusioniert. Live Nation hält nun 51 Prozent der Firmenanteile. Bringt man sich dadurch nicht in ein ganz unproblematisches Abhängigkeitsverhältnis?**

Es war der nächste logische Schritt, da wir so schnell expandiert sind und Unterstützung beim Wachstum brauchten. Um ein Festival dieser Größenordnung in Ländern aufzuziehen, in denen man nicht zu Hause ist, wie Argentinien oder Brasilien, braucht es eine lokale Infrastruktur und Veranstalter vor Ort, die die Szene kennen. Dieses Netzwerk konnte Live Nation bieten. Der Rest ist dann relativ einfach, wir buchen die Bands aus den Staaten heraus und finalisieren alles andere vor Ort.

Hast du nicht das Gefühl, dass die großen Festivals kleinere, weniger kommerzielle verdrängen?

Nein. Sofern man ein schönes Gelände, eine tolle Idee und eine gute Produktion hat, ist das kein Problem. Es sind die unorganisierten Festivals, die scheitern. Jene, die ohne vernünftiges Motto und Konzept aus dem Boden gestampft werden und ein reines Durcheinander an Veranstaltungen offerieren. Manch ein Veranstalter geht einfach hin, steckt eine Fahne in den Boden und gibt 20 Millionen Dollar aus, um ein Festival aufzuziehen, bei dem sich keiner den Basics gewidmet hat. Meistens stimmt dann schon das Line-up nicht und sofort ist Schluss. Mein Rat an jemandem, der sich in dieser Branche versuchen möchte, wäre, stets mit einer Obergrenze von 5000 Leuten zu beginnen, damit plus minus null abzuschließen und dann weiter zu gehen.

Innerhalb deiner Firma gibt es eine Abteilung, die sich dem Künstlermanagement widmet. Wen deiner Zöglinge mochtest du besonders?

Es gibt viele Bands, die wir von Anfang an begleitet haben. Die Killers habe ich schon gebucht, als sie noch 5000 Dollar pro Auftritt verdient haben. Und Lady Gagas Durchbruch fand auf dem Lollapalooza in Chicago statt. Sie stand auf einer ganz kleinen Bühne, es war eine sehr intime Atmosphäre. Das Publikum war gleich vom ersten Moment an wie in einen Bann gezogen. Danach ging ihre Karriere durch die Decke.

Sind solche Musiker dann auf Lebenszeit dankbar?

Manche schon. Andere meinen, ihre Anwesenheit allein sei das eigentliche Geschenk. Ich urteile da nicht. Mit den Netten freunde ich mich an, von den weniger Netten halte ich mich fern.

Genießen die Bands den Auftritt auf euren Festivals?

Wir kriegen sehr gutes Feedback und sind auch privat mit vielen Bands eng befreundet. Mumford and Sons, King of Leon, Cage the Elephant. Das sind alles Bands, mit denen man sehr gerne Zeit verbringt. Paolo Nutini habe ich beigebracht, Auto zu fahren. Backstage in einem 86er Camaro Cabrio von Schauspieler Luke Wilson. Den hätten wir um ein Haar gegen die Wand gesetzt.

Ist es schon mal vorgekommen, dass man dich nicht in dein eigenes Festival gelassen hat?

Das ist sogar schon häufig vorgekommen, besonders Backstage. Entweder man hat die entsprechenden Pässe dabei oder man kommt nicht rein, selbst, wenn einem das Festival gehört. Erst kürzlich sollte bei einer George Jones Show ein randalierender Typ aus dem Backstage-Bereich geschmissen werden. Weil ich einen ähnlichen Cowboyhut trug, wurden wir verwechselt und eh ich mich versah, saß ich im Polizeiwagen auf dem Weg zur Wache. Eigentlich passiert ständig etwas. Die Leute trinken, feiern und es herrscht Ausnahmezustand. Am Ende sind es eben doch immer Festivals.

Über die Jahre hinweg hast du Konzerte mit den Rolling Stones veranstaltet, Größen wie Depeche Mode, Radiohead, Metallica, Paul McCartney, Stevie Wonder oder Björk haben sich auf deinen Bühnen die Ehre gegeben. Als du vor zwanzig Jahren dein erstes Konzert veranstaltetest, hattest du von der Branche gar keine Ahnung.

Ich habe sehr viel Glück gehabt. Mitte der neunziger Jahre wollte ich in Austin, Texas ein kleines Konzert veranstalten. Ich hatte den Hinterhof eines BBQ Restaurants aufgetan. Durch einen Zufall geriet ich an den Manager der Fugees und buchte die Band. Dabei kannte ich sie nicht einmal; ich dachte, sie hießen die »Fadschies«. Mir war nicht bewusst gewesen, dass die Band kurz vor ihrem Durchbruch stand und ich war etwas überrascht, als sich der Hinterhof mit immer mehr Menschen füllte – am Ende waren es 5000. Es regnete in Strömen, die Bühne war nicht überdacht und eigentlich herrschte totales Chaos. Dennoch feierte das Publikum wie wild. Als die Show vorbei war, saß ich hinter der Bühne und dachte bei mir: »Das ist sowas von toll, das willst du dein Leben lang machen.«

Nº 9 in stores

www.praisemag.com

