

# Revolutionchen

## Der Musikexpress verpackt alte Inhalte in neues Gewand

Von Adam Olschewski

Rebellion ist ein hartes Geschäft, das, nachlässig gelernt, oft ins Leere läuft. Wer also aufbegehrt, sollte sein Ziel kennen oder mindestens die Traume, denen er folgt. Weiß man beim *Musikexpress* davon? Jenem Blatt, das als urdeutscher Beitrag zur Globalisierung des Popgedankens verstanden werden darf das erst in den Händen des Schweizer Verlegers Jürg Marquard ruhte, bevor es 1999 samt Produkten wie *Mädchen*, *Popcorn*, *Metal Hammer* und *Miss Beauty* zu Axel Springer wechselte. Seither erwartete die Branche einen Schnitt. Mit der Auflage von 75 000 Exemplaren kann Springer zwar leben, mochte aber mehr. Deshalb ein neues Layout, erstmals im aktuellen Heft.

Zunächst die, für einige, beste und, für andere, schlechteste Nachricht: Der *Musikexpress* bleibt der Musik treu. Das ist nicht selbstverständlich, denn der unmittelbare Konkurrent, der in Hamburg ansässige *Rolling Stone*, beschäftigt sich seit jeher mit um den Pop herum verstreuten Themen, im April mit dem Schriftsteller Philip Roth und mit einem Althippie in Nordindien.

Jedenfalls keimte bei manch einem die Hoffnung, dass sich auch die Münchner nach dem Schnitt politischer präsentieren würden. Aber sie scheuten offenbar die Konfrontation, die ein weiter gefasster Begriff von Pop sicher gebracht hätten. Nicht dass der *Rolling Stone* sehr anecken würde. Er ist zahm geworden. Aber er hat nach wie vor einen Namen, der auch auf Deutsch gut klingt und natürlich den Beistand des Mutterschiffs aus San Francisco, das 1967 vom Stapel ging.

Auch wenn die Themenwahl heute gefällig und im Grundton plattenindustriefreundlich geworden ist - immerhin hat sich der *Rolling Stone* mit dem Bekenntnis zum Mainstream klar positioniert. Ebenso die seit der zweiten Hälfte der 90er Jahre präsenten

Zeitschriften wie *Spex*, das dem Liebhaber eines bisweilen mächtig abdriftenden, allzeit akademischen Gedankenaustauschs gewidmet ist. Oder wie *Visions*, eine Art aufgebauschtes, journalistisch unbelecktes Fanzine, das aber Untergrundrauschen erzeugt.

Während der *Musikexpress* zeitlebens, zahlbar ab Mitte der 70er, indifferent blieb; mal seine Zuneigung zu den Alternativen bekannt gab, mal sich an die Größen des Business ranschmiss. Es war kein Plan erkennbar. In den 80ern ging das noch, da gab es keine Rivalen. Nun aber musste was geschehen. Und es geschah.

Der neue *Musikexpress* gibt sich rebellisch. Allerdings nur ein bisschen. Denn was heißt es schon, wenn auf dem Umschlag der Sänger von The Strokes



prangt, als Musterrebell ohnehin allorts beliebt? Doch nur, dass der *Musikexpress* bereits vorhandene Routen nimmt. Aber das Magazin will zur Jugend, Cool- und Hipness, zum Trendsetten hin. Deshalb werden die Strokes zur Vorhut einer Welle, die man einfallslos "Nu Wave" nennt, erklärt. Letztlich aber verbindet die aufgelisteten Bands zu wenig für einen Trend. Ein kleiner Wink in Richtung des *Rolling Stone* gelingt mit der Reportage über Hip-Hop in Polen. Daraus hätte etwas von Belang werden können -

mit mehr Mut, die Länge zu strecken, und wenn der Autor nicht dem Slang seines Gegenstandes erlegen wäre.

Im Layout ist tatsächlich etliches einen Tick übersichtlicher geworden. Aber auch hier ist so manche Idee wie die klobig durchtechnisierten Überschriften, im Ansatz erstarrte Trennstriche oder in die Konzertkritiken eingeklinkte Ansichten von Besuchern durchaus verzichtbar. Bei vielen der Artikel wird neben den Autor ein Notizzettel und neben dem Fotografen eine Kamera hinzu gestaltet. Es sind lediglich halbwegs ästhetische Spielchen, denen folgen mag, wer Spiel über Gehalt stellt.

Aus: Frankfurter Rundschau, 4. April 2002