

# ROPA GANDA

TEXT: DIRK SCHEURING · FOTO: PETER BROWN, WALDEMAR MROSS

»Wir werden wieder ganz von vorne anfangen müssen.« Ralf Dörper gibt sich da sehr realistisch. Der schlaksige Düsseldorf mit den hängenden Schultern und dem stets vorgereckten Kopf, der einst vom germanophilen Chris Bohn im britischen »New Musical Express« zum Aushängeschild rheinischer Musikavantgarde stilisiert wurde und mit seinem Propaganda-Projekt im letzten Jahr beinahe ein Popstar geworden wäre, weiß besser denn je, wo die Glocken hängen: Nach dem Erfolg, den Propaganda im letzten Sommer mit »Dr. Mabuse« hatten — das Stück kam bis auf Platz 9 der deutschen und Platz 27 der britischen Charts —, dauerte es fast ein Jahr, bis jetzt die Nachfolgesingle erschien; der Publicitybonus, den die Propaganda-Produktion durch den als schier allgewaltig betrachteten Mischpultmagier Trevor Horn bedeutete, ist aufgebraucht; der Medien-Backlash auf die ständige Windmache seiner umtriebigen »Zang Tuum Tumb«-Firma rollt. Propaganda läuft zwar wieder; aber längst nicht mehr auf vollen Touren.

**S**ie war zwischendurch praktisch auf den Nullpunkt zurückgefahren worden. Vor dem Erscheinen der »Mabuse«-Single hatten Propaganda enorm auf die Pauke gehauen. »Wir hatten ja damals nichts anderes zu tun«, meint Dörper heute, »da fanden wir es lustig, ein paar Sprüche zu klopfen.« Nachdem das Erstlingswerk dann allerdings entgegen den Erwartungen vieler tatsächlich relativ großen Erfolg hatte, brach das gesamte Konzept ein — es gab kein Nachfolgeprodukt. Zwar begannen Dörper und seine Crew gleich mit der Arbeit an einer zweiten Single und einer LP — doch Produzent Horn war von Anfang an nicht ganz bei der Sache. Und er war es immer weniger — denn der plötzliche Erfolg von Frankie Goes To Hollywood im letzten Jahr und die Notwendigkeit für das

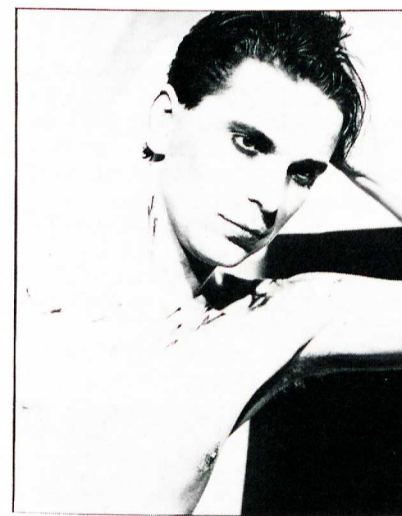
ZTT-Label, sich darüber auf dem internationalen Markt als die große neue Kraft zu profilieren, banden sämtliche Kräfte der kleinen Firma.

Horn, und damit das ihm gehörende Musikunternehmen, verfügt über drei Tonstudios — eins wird vermietet, zwei sollen stets für ZTT-Produktionen zur Verfügung stehen. Das ist der Idealfall. »Als die Frankie-LP produziert wurde«, erinnert sich Dörper, »waren sämtliche Studios ausschließlich dafür belegt. Horn hat praktisch ein Jahr lang, sieben Tage in der Woche, nur für Frankie gearbeitet.« Propaganda wurden derweil auf die Nudel geschoben; ebenso ging es anderen ZTT-Akteuren, wie Anne Pigalle, deren fertige LP ein Jahr lang auf Eis lag und erst jetzt erscheint.

Die Abhängigkeit der Produktion vom überpräsenten Produzenten führt denn auch der Propaganda-Mitbegründer und notorische Kölner Selbstdarsteller Andreas Thein alias »Das Huhn« als Hauptgrund für seine Entscheidung an, die Gruppe Ende letzten Jahres zu verlassen: »Ich bekam überhaupt keine Resonanz mehr auf meine Arbeit«, beschwerte er sich, »und ich bin der Meinung, daß die sich viel zu sehr auf die ZTT-Vorgaben fixiert haben.« An einer solchen Festlegung aber scheint für die von ZTT unter Vertrag genommenen Musiker kein Weg vorbeizuführen; das Unternehmen ist auf allen Gebieten derart rigide durchkonzipiert, daß für Alleingänge kaum Platz ist.

Trevor Horn hat als Produzent und »Musical director« des Labels einen Ruf zu verlieren; nicht nur, daß seine spezielle Produktionsweise und der damit verbundene markante Sound ebenso sein Markenzeichen ist, wie sie ihn festlegt — auch sämtliche ZTT-Produktionen, die, wie die neue Propaganda-Single »Duel«, nicht von ihm produziert werden, werden unweigerlich mit seiner Person in Verbindung gebracht. Doch Horns Präsenz ist derart dominierend, daß es zwangsläufig zu Ermüdungserscheinungen kommen muß; selbst Ralf Dörper deutet vorsichtig an: »Die Frankie-Produktion hat ihn völlig erschöpft; es ist möglich, daß er damit seinen Höhepunkt überschritten hat.«

Ein weiterer Problempunkt sind die enormen Kosten, mit denen der Horn-Sound verbunden ist. Trevor Horn arbeitet gern aus dem Vollen: »Solange du ihm neue Ideen bringst, hört er auch nicht auf. Der arbeitet einfach immer weiter an dem Stück. Das ist das Tolle: An 'Mabuse' haben wir unglaublich lange gearbeitet, und hinterher hatten wir fünf oder sechs verschiedene Versionen — jede für sich ein anderes Stück«, sagt Dörper. Aber das hat natürlich seinen Preis — und wird am Ende den Musikern in Rechnung gestellt. Im Falle des Propaganda-Erstlings betrug er etwa 60.000 englische Pfund, umge-



»Propaganda ist die Kunst, anderen auf den Fuß zu treten und selber ‚Au‘ zu schreien.« (Der Komiker Bob Hope)

rechnet also fast 240.000 Mark — für eine einzige Single eine enorme Summe, die trotz des »Mabuse«-Chart-Erfolgs nicht eingespielt wurde. »Da waren noch Kosten für andere Produktionen mit drin, die wir hinterher verwenden konnten«, schwächt Dörper zwar ab, »aber ansonsten war es wohl ungefähr in dieser Größenordnung.« Da bleiben für die Musiker allenfalls die GEMA-Gebühren übrig. Bis von da Geld in deren Portemonnaies fließt, dauert es jedoch seine Zeit — so sie überhaupt als Autoren der Stücke in Erscheinung treten. Propagandas Co-Sängerin Susanne Freytag etwa hat es da schwer — sie hat bisher nirgendwo Credits erhalten und von daher auch kein Anrecht auf Tantiemen. Und Trevor Horns Frau Jill Sinclair, die die ZTT-Geschäfte führt, achtet schärfstens darauf, daß der Laden ihres Mannes kostendeckend arbeitet.

## Geschrei

Die dritte Kraft bei ZTT ist der ehemalige »New Musical Express«-Poptheoretiker und jetzige Imagemacher Paul Morley, ein alkoholisierte Sprücheklopfergenius, von dem Ralf Dörper weiß: »Der Hauptgrund, weshalb wir damals den Vertrag gekriegt hatten, war der Name. Propaganda — das war genau das, was Morley wollte.« Doch der Mann hinter all den geschliffenen Sentenzen auf ZTT-Plattencovern, -Plakaten und -Anzeigen ist zu leicht greifbar und daher auch angreifbar. »Der hat die Arbeitsweise von Propaganda eigentlich gar nicht verstanden«, vermutet Dörper. »Gute Propaganda ist am wirkungsvollsten, wenn sie anonym ist. So aber ist hinter allem Paul Morley zu sehen.« Und dessen Spiel mit Reizworten interessiert nicht mal mehr die, die damit beworben werden sollen: »Glaubst du vielleicht, ich lese das Zeug, was auf unserem Cover steht?« fragt Ralf Dörper in beinahe entrüstetem Ton.

So versuchen Propaganda, wenigstens auf räumliche Distanz zur Londoner ZTT-Zentrale zu gehen, indem sie ihre

Stücke im heimischen Düsseldorf vorproduzieren. Das ist erstens kostengünstiger und hält sie zweitens aus der Schußlinie: »Morley ist teilweise ziemlich sauer, weil er nicht kontrollieren kann, was wir hier treiben.« Über die Entfernung klingt nun das Marktgeschrei beider Seiten leiser. Insgesamt, der Meinung ist Ralf Dörper, habe sich die Zwangspause nach der ersten Single positiv auf die Struktur des Propaganda-Projekts ausgewirkt: »Mit 'Mabuse' sind wir direkt ziemlich hoch eingestiegen, ohne eine Grundlage zu haben wie andere Bands, die sich von unten nach oben arbeiten. Wir haben die Zeit jetzt genutzt, um uns diese Basis zu schaffen, die es uns ermöglicht, langfristig zu arbeiten.«

Hofft er. Doch auch, wenn sich der Druck vermindert und damit die Freiheit der Propagandisten vergrößert haben mag, ist das Ergebnis in Form der neuen »Duel«-Single nicht eben berauschend. Produziert wurde sie von S. J. Lipson, Trevor Horns Toningenieur und nach Aussagen Ralf Dörpers ohnehin entscheidender Mitgestalter des Horn-Sounds: »Trevor Horn ist ja einer der Produzenten, die nicht aus der Tontechnikerecke kommen, sondern einfach Ideen umsetzen, auf die ein gelernter und damit auch fest geprägter Toningenieur erst gar nicht gehen würde oder die er direkt als 'nicht machbar' einstufen würde. Horn geht eher von einer bestimmten Soundvorstellung aus — und dann braucht er die Techniker, die das für ihn umsetzen.« Lipson also nahm die Produktion der zweiten Propaganda-Single selbst in die Hand; das Endergebnis, Trevor Horn hin oder her, geriet reichlich konturlos. Zwar sieht Dörper »Duel' viel mehr als einen Popsong im klassischen Sinne, als 'Mabuse' das war«, und hat, was den musikalischen Aufbau des neuen Stücks angeht, auch recht damit; doch die Verwendung der Struktur eines Popsongs »im klassischen Sinne« macht noch keinen klassischen Popsong aus, und die Schwächen

in der Stimme der Propaganda-Sängerin und Paul Morley-Gattin Claudia Brücken sind allzu offensichtlich. Dabei stellt Ralf Dörper nach wie vor einen hohen Anspruch an seine Arbeit: »Uns liegt gar nicht so viel daran, ein paar kurzfristige Mega-Hits zu haben — wir wollen Musik machen, die man sich auch in fünf Jahren noch problemlos anhören kann.«

## Gebastel

Dieses Ziel, man muß es sagen, wurde bisher nicht erreicht. Auch wenn Ralf Dörper eingestandenermaßen eher an der Schaffung von »Atmosphäre« als am Schreiben wirklich zwingender Musikstücke gelegen ist, so gerät doch diese »Atmosphäre« zu oft in den Bereich der Beliebigkeit. Das wird vor allen Dingen beim Hören der noch unfertigen Bänder für die demnächst erscheinende erste Propaganda-LP »A Secret Wish« deutlich; hier treten die Schwachstellen der von den beiden Musikern Dörper und Michael Mertens bevorzugten Arbeitsweise des Stückeerfindens am Synthesizer deutlich zutage: Statt von einem Thema oder einer Melodie auszugehen und darum dann das Instrumentarium zu arrangieren, fangen sie mit irgendeinem Sound, einem Effekt oder nur einer Vorstellung an und packen darauf dann Klangschicht auf Klangschicht. An diesem Klanggebilde wird dann so lange gebastelt, umstrukturiert, abgebaut und wieder aufgetürmt, bis eine akzeptable Form gefunden worden ist. Das Ergebnis mag zwar Ralf Dörper in seinem Streben nach Atmosphäre zufriedenzustellen — damit es tatsächlich zwingende Popqualitäten erhalte, wären allerdings noch mindestens eine markante Gesangsstimme oder sonstige Besonderheiten vonnöten. Doch davon sind Propaganda weit entfernt. Dörper ist sich dessen im Grunde auch völlig darüber bewußt: »Ein wirklich zwingendes Stück — also eins, das schon beim ersten Hören zündet —, das haben wir bisher noch nicht geschafft.«

VON  
WEITEM  
KLINGT  
ES  
LEISER

