

Jazzverwandtes neben Schlager- und Tanzmusik ausgestrahlt wird:

- ▷ Beim Norddeutschen Rundfunk treffen sich sechsmal im Jahr prominente, meist ausländische Jazzsolisten zum „Jazz-Workshop“.
- ▷ Der Südwestfunk läßt in seiner monatlichen „SWF Jazz Session“ die besten deutschen mit den besten ausländischen Jazzgruppen konkurrieren.
- ▷ Der Süddeutsche Rundfunk und der Westdeutsche Rundfunk bitten monatlich ausländische Jazz-Stars zum „Treffpunkt Jazz“ mit ihren Hausorchestern Lehn und Edelhagen.
- ▷ Der Bayrische Rundfunk schickt für seine Konzertreihe „Jazz auf Reisen“ namhafte Bands auf deutsche Dörfer.
- ▷ Radio Bremen stellt neben Veranstaltungen mit europäischen Musikern profilierte amerikanische Combos in Studiokonzerten vor.

Ein ähnlich gutes Angebot machen die deutschen Schallplattenfirmen: Sie

sey, Harry James und Glenn Miller unter dem Etikett „Swing“ Amerikas Tanzmusik spielten, und um 1950, als die europäischen Oldtime-Bands Dixieland-Klänge auf dem Schlagermarkt verkauften („Petite Fleur“, „Ice Cream“, „Schlafe, mein Prinzchen, schlaf ein“) und den klassischen Jazzstil pervertierten.

Danach nahm die Popularität des Jazz genauso schnell ab, wie sich die avantgardistischen Musiker dem L'art-pour-l'art-Standpunkt näherten: Sie fragten nicht mehr nach dem Geschmack des Publikums.

Amerikaner wie Stan Getz, Jimmy Smith und Cannonball Adderley erkannten die Gefahr dieser Entwicklung. Sie produzierten populäre Klänge („Pop Jazz“) für den Markt. Combos und Big Bands in Manhattan und Los Angeles spielen heute wieder Filmthemen und Musical-Melodien, Beatle-Hits und Gershwin-Evergreens, sie begleiten Popmusik-Stars und bekommen mit Blues und Bossa Nova ausverkaufte Nachtclubs.

Roll Morton getreu wiedergeben; die Avantgardisten bemühen sich, entweder die neuesten amerikanischen Entwicklungen eifertig nachzuvollziehen oder Originalität um jeden Preis zu erzwingen:

- ▷ Pianist Wolfgang Dauner verirrt sich in eine Tonbastelei, der selbst der Avantgarde-Förderer Berendt „nur noch mit Vorbehalt“ Swing zugesteht.
- ▷ Dem Albert-Mangelsdorff-Quintett bescheinigte der Jazz-Sachverständige der Plattenfirma Ariola, Hans Georg Ehmke, „Kopfschmerzen-Musik, ungeordnete Haufen von Disharmonien, musikalische Zufälligkeiten ohne Profil und Format, kurz gesagt eine beispiellose Kakophonie“.

Zwischen beiden Extremen aber spielt sich in Deutschland kaum Jazz ab. Die Musiker, die im populären Swing-Stil spielten, sind — von ihren Fans verlassen — schon vor Jahren in Rundfunk-Orchestern untergetaucht. Außer dem Klarinettenisten und Altsaxophonisten



Posaunist Mangelsdorff, Saxophonist Doldinger: Ohne Profil, mit Pilzkopf-

halten derzeit etwa 15 000 Langspieltitel mit US-Jazz im Repertoire; 350 Katalognummern werden jedes Jahr dazu importiert. Eigene, kostspielige Aufnahmen indes produzieren die scharf kalkulierenden Gesellschaften fast nur noch, wenn der Markt bereits aufgeschlossen ist — so die Platten des von deutschen Konzert-Veranstaltern ersonnenen und kräftig propagierten „American Blues Festival“, so die musikalischen Reiseberichte „Klaus Doldinger in Südamerika“ und „Albert Mangelsdorff in Asien“.

„Der größte Teil des Jazz-Angebots aber“, sagt Electrola-Sprecher Klaus Werner, „ist in Deutschland nahezu unverkäuflich.“

„Jede Mode“, erläuterte Kritiker Siegfried Schmidt-Joos in einer „Panorama“-Sendung, „hinterläßt Ermüdung. Die gleiche Situation gab es in den USA am Ende der Swing-Mode in den vierziger Jahren... Es wäre voreilig, aus einer Flaute des breiten Publikumsinteresses gleich auf ein Ende des Jazz zu schließen.“

Nur zweimal war Jazz ein großes Geschäft: um 1940, als die großen Orchester von Benny Goodman, Tommy Dor-

In Deutschland haben die Jazzmusiker weder in Bars noch an großen Show-Abenden Gelegenheit, dem Publikum swingende Musik vorzuspielen. Kritiker Joachim Ernst Berendt beklagte das Ende der Zeit, da in den meisten Bars des Berliner Westens Swingpianisten spielten. Berendt: „Berlin war einmal eine Jazzstadt, und das Berlin, von dem ich spreche, ist nicht das Willy Brandts, sondern das von Joseph Goebbels!“

Die deutschen Jazz-Promoter sind an der Kluft zwischen Jazz und Show nicht unschuldig. Nach 1945 gaben sie jede Art von Jazz als Kunst aus („Jazz und Lyrik“, „Jazz und Ballett“, „Jazz und alte Musik“, „Jazz und neue Musik“), und sie verdammten jeglichen Kommerzialisismus. „Die Fans“, sagt Siegfried Schmidt-Joos, „vergaßen über dem Nachplappern von Stilzusammenhängen, Matrizennummern und Aufnahmedaten vielfach, daß Jazz auch Spaß macht.“

Das Resultat war eine Spaltung des Jazzpublikums und der Musiker in extreme Oldtimer und nicht minder extreme Modernisten. Die Puristen, organisiert in einem überregionalen „Verein zur Pflege des New Orleans Jazz“, wollen selbst das Nadelgeräusch der alten Platten von King Oliver, Jelly

Emil Mangelsdorff und wenigen anderen Bläsern jazzt in der Bundesrepublik niemand mehr populär.

Klaus Doldinger war nur unter einer Bedingung bereit, im Hamburger Star-Club neben Beat-Gruppen „Rhythm & Blues“ zu spielen. Er machte sich mit einer Beatle-Perücke unkenntlich und nannte sich Nero.

VERLÄGE

BLANVALET/BERTELSMANN

Kampf um Angélique

Zwei potente Herren des deutschen Verlagswesens kämpfen derzeit um eine schöne Frau: Bertelsmann-Boß Reinhard Mohn, 44, aus Gütersloh, ist hinter „Angélique“ her — „Angélique“-Verleger Lothar Blanvalet, 55, aus Berlin, will seinen Schatz dem Mohn nicht gönnen, auch wenn ihm dadurch ein Geschäft entgeht.

Die verlagspolitische Eifersuchtsaffäre spitzte sich in der vergangenen Woche dramatisch zu. Mit einem zweiseitigen Inserat im „Börsenblatt für den Deut-

schen Buchhandel“ wollte Blanvalet die Branche über Bertelsmanns Usancen informieren. Bertelsmann drohte, die Auslieferung des Börsenblatts durch Einstweilige Verfügung zu blockieren.

In seinem Inserat (Überschrift: „Wichtige Mitteilung an den Gesamtbuchhandel“) hatte Blanvalet eine „ohne mein Wissen und ohne meine Zustimmung“ erfolgte Aktion des „Bertelsmann Lesering“ beanstandet: Der größte Buchklub Europas bietet seinen mehr als zwei Millionen Mitgliedern seit kurzem den Blanvalet-Bestseller „Angélique“ als sogenannte Werbepremie an — wer ein neues Lesering-Mitglied wirbt, soll mit der vielbegehrten und jetzt auch verfilmten Schwulstromanze der französischen Autorin Anne Golon (SPIEGEL 45/1963) belohnt werden.

Dazu Blanvalet „an den Gesamtbuchhandel“: „Ich bin von der Inanspruchnahme meines seit 10 Jahren erfolgreichsten Verlagstitels* als Bertelsmann-Werbepremie ebenso überrascht worden wie das Sortiment selbst.“ Und weiter im Inseratentext: „Wie ich inzwischen erfahren habe, hat sich der Bertelsmann-Lesering die benötigten Angélique-Exemplare über Firmen des vertreibenden Buchhandels beschafft.“

Dazu Lesering-Chef Karl Ludwig Leonhardt in Gütersloh: „Es gibt keinerlei Handhabe, irgend jemandem zu verbieten, im normalen Buchhandel zu normalen Preisen gekaufte Bücher zu verschenken.“

Von Blanvalet direkt hätte er sie auch nicht bekommen, denn der Berliner Verleger ist dem Gütersloher Buchkonzern schon lange gram. 1957, nach einem Zwist über die Lesering-Lizenz für das Erfolgsbuch „Vater, unser bestes Stück“, hatte Blanvalet sich gelobt: „Die kriegen nichts mehr von mir.“

Und dabei blieb er auch, als Bertelsmann 1963 den Literatur-Agenten Joschi Toth vorschickte: Toth bat für Bertelsmanns Buchklub um die „Angélique“-Lizenz, Blanvalet lehnte ab. Darauf versuchte Toth es bei der literarischen Agentur „Opera mundi“ in Paris, die das Weltrecht an „Angélique“ besitzt. Blanvalet überbot das Toth-Gebot an „Opera mundi“ (150 000 Mark), indem er die Buchklub-Lizenzen für seine Golon-Wälzer an zwei Bertelsmann-Konkurrenten, den „Deutschen Bücherbund“ und die „Deutsche Buchgemeinschaft“, abgab — für 800 000 Mark.

Das Toth-Manöver hatte Blanvalets Grimm gegen Bertelsmann noch gesteigert, die Freude über den gelungenen Konterschlag sein Mißtrauen gegenüber den Güterslohern aber nicht geschwächt. Als daher im März dieses Jahres eine ungewöhnlich hohe „Angélique“-Nachbestellung — 2000 Exemplare — vom Hamburger „Grossohaus Wegner & Co.“ eintraf, reagierte Blanvalet für einen Geschäftsmann fast widernatürlich: Er lieferte nicht, sondern faßte Verdacht und telegraphierte der Buchgroßhandlung: „Erbitten briefliche Erklärung, daß Exemplare nicht an eine Buchgemeinschaft... abgegeben werden.“

Die Bestellung wurde auf 4000 Exemplare erhöht; die Erklärung des Wegner-Prokuristen Kurtze, die Bände gingen an reguläre Sortimentsbuchhandlungen, befriedigte Blanvalet nicht. Er wollte nun, bevor er lieferte, auch



Verleger Blanvalet (mit „Angélique“-Darstellerin Michèle Mercier): Verdacht gefaßt

von den Einzelhändlern hören, daß sie nicht für Bertelsmann kauften. Da schrieb Kurtze Anfang Mai: „Streichen Sie bitte unseren Auftrag. Wir werden Ihnen zum gegebenen Zeitpunkt eine neue Bestellung zuschicken...“

Neue Bestellungen auf die „Angélique“-Bände begannen ab Ende Mai sich zu häufen — mal wurden 100, mal 50 Exemplare von einem Band verlangt. Blanvalet lieferte. Als die Bestellzahlen im Juli auf 200, 300 und 500 kletterten, stoppte er die Auslieferung ab. Denn nun war auch das neue Heft der „Bertelsmann Lesering-Illustrierten“ erschienen, und die Umschlagrückseite dieser Klubzeitschrift offerierte vierfarbig: „Unsere Werbepremie... Angélique... Bestell-Nr. 8353.“

Die Situation war da. „Angélique“-Hüter Blanvalet, der rasch eine seiner Angestellten in Bertelsmanns Lesering hatte eintreten lassen, um in den beweiskräftigen Besitz der Lesering-Illustrierten zu kommen, holte zum großen Gegenschlag aus. Daß Bertelsmann sich die Zugkraft des ihm als Klub-

Buch verweigerten Bestsellers auf diese Weise doch noch zunutze machen wollte, durfte nicht hingenommen werden. Blanvalet: „Meine Vertreter haben bei den Buchhändlern immer damit geworben, daß Blanvalet keine Bücher an Bertelsmanns Lesering gibt. Wer jetzt die Bertelsmann-Illustrierte sieht, muß meinen, ich sei umgefallen.“

Blanvalet („Seitdem der Film läuft, hat sich mein „Angélique“-Umsatz verdreifacht“) verhängte die totale Bertelsmann-Blockade und schmetterte schließlich auch die zunächst unverdächtig erscheinende Bestellung einer Braunschweiger Buchhandlung ab, die im Auftrag der Braunschweiger „Mühlenbau und Industrie GmbH“ etwa 2000 „Angélique“-Bände — angeblich als Geschenke für Geschäftsfreunde — begehrt hatte. Blanvalet: „Es stellte sich heraus, daß Bertelsmann bei der Mühlenbau drinsteckt oder die Mühlenbau bei Bertelsmann.“

Bald hielt der Blockadebauer einen Beweis erster Erfolge in Händen — einen roten Zettel, den Bertelsmann für manchen „lieben Freundschaftswerber“ hatte drücken müssen: „Die von Ihnen bestellte Werbepremie „Golon, Angélique“ wird bei uns so oft bestellt, daß wir die in der Illustrierten angezeigte Ausgabe nicht mehr vorrätig haben...“

In seinem Börsenblatt-Inserat wollte Blanvalet nun die Buchhändler „mit allem Nachdruck davor warnen, Werke meines Verlages als Werbepremie an Buchgemeinschaften weiterzuleiten“.

Mit der Annonce erreichte die Eskalation im Kampf um „Angélique“ ihren bisher höchsten Punkt: Blanvalets „wichtige Mitteilung“ stieß beim „Börsenverein des Deutschen Buchhandels“ auf Widerstand. Die Bestimmungen des Börsenvereins besagen, daß Börsenblatt-Anzeigen, in denen ein Verleger den Namen eines anderen Verlegers nennt, nicht ohne Kenntnis und Erlaubnis des Genannten veröffentlicht werden dürfen.

Da zog der Berliner — letzten Freitag — sein Kampf-Inserat zurück, ließ es 10 000fach vervielfältigen und schickte es per Post „an den Gesamtbuchhandel“.

Bertelsmann-Mann Leonhardt: „Daß Herr Blanvalet an uns nichts verdienen will, hat schon etwas Lächerliches.“



Bertelsmann-Chief Mohr
Agent geschickt

* Deutsche Gesamtauflage der bisher erschienenen fünf „Angélique“-Bände: 2,5 Millionen.