

# PROMI UM JEDEN PREIS

Sie kommen aus Benziwil und Wittnau. Sie singen an Hochzeiten und Dorf-festen. Ihr Ziel: so berühmt sein wie die Teilnehmer des TV-Quotenknüllers «Deutschland sucht den Superstar».

Von Balz Rigendinger (Text) und Stefan Jäggi (Fotos)

**B**enziwil, ein Vorort von Luzern, Hochhäuser und Parkplätze; es ist abends um halb acht. Im Hobbykeller des Quartiervereins hopst Joanna Adams, 13, mit zwei Freundinnen zum Takt ihres Popsongs «Summer Party». Joannas Mutter beobachtet das Training mit Argusaugen. Morgen hat ihre Tochter wieder einen Auftritt, diesmal im Bahnhof Luzern vor mehreren hundert Leuten. Da muss jeder Schritt und jede Bewegung sitzen, denn Joanna tanzt nicht nur, sie singt auch. «Und zwar live», sagt die Mutter.

Die Bewegungsabläufe choreografiert hat Joannas Tanzlehrerin Daniela Baumann, Exfrau von DJ BoBo. Für die Musik fand die Familie in Deutschland einen Produzenten. Der Tonträger mit Joannas neun Liedern kostete 20000 Franken. Bezahlt hat ein Süswaren-Hersteller, für dessen Schleckstängel Joanna nun Werbung

macht. Um fünf vor acht ist das Training vorbei. Eine der Tänzerinnen muss nach Hause, um ein Bewerbungsschreiben aufzusetzen. Sie sucht eine Lehrstelle als Detailhandelsangestellte. Joanna ist erschöpft,

**Der Tonträger kostete 20000 Franken. Bezahlt hat ein Süswaren-Hersteller, für den Joanna nun wirbt.**

und der bevorstehende Auftritt macht sie zappelig. «Ich möchte einmal im Hallenstadion auftreten, vor Tausenden von Leuten», träumt das Mädchen. Doch dafür brauche sie noch mehr Gesangs- und Tanzstunden. Sie bedauert: «Bis 16 muss ich sowieso zur Schule.»

Das Mädchen von Benziwil ist eine von vielen, die es kaum erwarten können, berühmt zu werden. Sie stürzen sich in Unkosten. Sie singen bei jeder Gelegenheit. ►

**JOANNA ADAMS, 13:**

Ihr nächster Auftritt im Bahnhof Luzern macht sie zappelig. Aber sie sagt: «Ich möchte einmal im Hallenstadion auftreten, vor Tausenden von Leuten.»



DEUTSCHLAND, SUPERSTAR

«Klingt wie Kermit»

Daniel Küblböck ist das Aushängeschild der RTL-Sendung. Tanzen und Singen sind nicht sein Ding.

«DU, PAPA, WAS würdest du sagen, wenn ich Popstar werde?», fragte Daniel Küblböck mit 13 Jahren seinen Vater. Dieser antwortete auf gut Bayrisch: «Lern erst mal was Gscheits.» Vier Jahre später ist Küblböck zwar kein Popstar, aber bekannt. Daniel ist das Aushängeschild der RTL-Sendung «Deutschland sucht den



«KNUDEL»: Küblböck, Kinderpfleger.

Superstar», während sein Vater noch immer warnt: «Pass auf, man ist heute schnell oben und auch schnell wieder unten.»

Der bisexuelle Kinderpfleger Daniel, 17, kann weder singen noch tanzen, doch seine unerschütterlich gute Miene zum grossen bösen Spiel bewegt die Teenies. Auf seiner Homepage schrieb Fan «Harry» ins Gästebuch: «Für Daniel wünsche ich mir mittlerweile, dass er nicht Superstar wird, denn all das Schöne an ihm würde damit seinen Glanz verlieren. Dieses ganze Theater der letzten Wochen geht mir menschlich sehr nahe. Das hat so ein liebenswürdiger Knuddel wie Daniel nicht verdient.»

Die Zeitschrift «Bravo» bezeichnete Daniel schon vor dem Start von «Deutschland sucht den Superstar» als «Mister Schraubelocker». Und Dieter Bohlen, Jurymitglied der Sendung, war zunächst auch nicht gnädig: «Du klingst wie Kermit, wenn hinten einer drauftritt.» Abgewählt wurde Daniel trotzdem nicht. Im Gegenteil: Er erhielt massenhaft Fanpost – aber auch Drohbriefe, in denen er unter anderem als «schwuler Irrenhauschlumpf» verunglimpft wurde. Küblböck musste schliesslich zugeben: «Manchmal bin ich schon ein bisschen überfordert.» Doch die Sendung sei seine Lebensaufgabe: «Da muss ich jetzt durch.»



TANISHA AMMANN, 28:

Im Frühling kommt ihre nächste Single. Bekannt wurde Ammann, weil sie bei «Big Brother» mitmachte. «Ich wollte schon als Kind stets im Rampenlicht stehen», sagt sie.

Sie suchen – auf Teufel komm raus – die Öffentlichkeit. Bevor heute einer etwas werden will, will er erst prominent sein. Um jeden Preis.

**IN DEUTSCHLAND RISSEN SICH** 60 000 Bewerber um die Teilnahme am TV-Quotenknüller «Deutschland sucht den Superstar». Jene, die es geschafft haben, lassen sich vorführen und fertig machen. Menschen wie Daniel Küblböck, Galionsfigur

der Sendung, nehmen an, dass Hohn zum Preis gehört, der für Berühmtheit zu zahlen ist. Trotzdem: Auch in der Schweiz erreicht die Sendung im Schnitt 400 000 Zuschauer; Marktanteil 24 Prozent. Und das Schweizer Fernsehen denkt laut über eine ähnliche Superstar-Talentshow nach, bestätigt Programmdirektor Adrian Marthaler.

Angehender Superstar sucht Publikum. Aus dem sankt-gallischen Wittnau ver-

sendet Marco Hort Presstexte in eigener Sache und bittet die Medien rührig um Aufmerksamkeit: «Mein Name ist Marco Hort, und ich bin 18 Jahre alt. Mit 15 Jahren stand ich das erste Mal vor der Kamera. Danach folgten diverse Mini-Playback-Shows. Aber meinen absoluten Durchbruch erreichte ich mit meinem Weltrekord. Ich kann insgesamt mehr als 210 Trinkhalme in den Mund nehmen. Mein momentaner Höhepunkt in meiner jungen Karriere ist der Eintrag im Guinness-Buch der Rekorde 2003. Mein Ziel ist einfach das Showbusiness, und ich werde nicht aufgeben, bis ich mein Ziel erreicht habe.»

**NEU IST DAS PHÄNOMEN** «Berühmtheit um jeden Preis» nicht. «When will I be famous» sang 1987 das Duo Bros und wurde damit prompt zum One-Hit-Wonder. Nur damit die Nachwelt seinen Namen nie vergesse, steckte der Grieche Herostratos schon 356 vor Christus den Artemistempel von Ephesus in Brand. «Nichts war ich», sinnierte er. «Gelegentlich liess man mich die Ställe säubern oder Körbe schleppen auf dem Markt. Da verbrannte ich, was sie so sehr liebten, ihr Wissen und ihr Unwissen über mich, die ganze Bibliothek von Ephesus. Seitdem bin ich.» Der tragische Unheld erhielt die Todesstrafe, und die Stadtregierung von Ephesus verbot es allen

«Das Phänomen der Personalisierung ist ein archaisches Bedürfnis.»

Christian Doelker, Medienpädagoge

Bürgern, den Namen Herostratos auch nur auszusprechen.

Inzwischen nennt man ihn wieder. Als Herostraten gelten jene, die Ruhm durch (Selbst-)Zerstörung suchen. Selbstmordattentäter zum Beispiel – oder neuerdings Teilnehmer an Sendungen wie «Deutschland sucht den Superstar» (DSDS). Der Zürcher Medienpädagoge Christian Doelker ist überzeugt, dass das herostratische Prinzip bei Fernsehsendungen wie DSDS, «Big Brother» oder «Popstars» eine Rolle spielt: «Diese Gefässe beuten die Minderwertigkeitsgefühle der Teilnehmer zynisch aus, und die Darsteller nehmen das bewusst in Kauf.» Hinter dem Starwesen stecke das Phänomen der Personalisierung, erklärt Doelker. «Ein archaisches Bedürfnis. Schon der Neandertaler kommunizierte ausgeprägt mimisch. Das Fernsehen hat das erkannt und rückt statt Inhalten zunehmend Nonvaleurs wie Gesichter ins



ANDREAS UTZINGER, 30:

Der Ex-Chemiestudent hat sich ganz der Musik verschrieben. Als «Deean» hatte er soeben seinen ersten TV-Auftritt. «Ein wichtiger Schritt in meiner Karriere», sagt Deean.

Bild.» Dabei, sagt Doelker, entstehen Prominente, die per definitionem gar keine sind, weil sie nichts eigentlich Hervorragendes leisten («prominere», Lateinisch für «herausragen»). «Popstars, Starmoderatoren oder Superstar-Kandidaten passen in ihrer grenzenlosen Selbstüberschätzung hervorragend in ein Medium, das sich dauernd selbst überschätzt», giftelt Doelker.

Auch Tanisha Ammann, 28, wollte sich nach oben singen. Sie machte bei «Big Brother» durch ihre spontanen Gesangseinlagen in der Wohngemeinschaft des Containers auf sich aufmerksam. Nach der Sendestaffel brachte sie die CD «Be Mine Tonight» heraus. Der Erfolg hielt sich trotz ihrem hohen Bekanntheitsgrad in Grenzen, die Single «I Can Live Without Your Love» verkaufte sich immerhin 8000-mal und ►

schaftte den Sprung in die Hitparade. «Ich wollte schon als Kind stets im Rampenlicht stehen», sagt Tanisha heute. «Ich war ein grosser Fan von Tina Turner. Bereits als Zwölfjährige entwickelte ich eine Tina-Imitations-Show.» Damit tingelte sie jahrelang von Hochzeiten über Dorffeste zu Firmenanlässen. Nicht Eitelkeit sei ihr Motiv gewesen, sondern Leidenschaft für die Musik. 1992 gewann sie den Prix-Walo-Nachwuchspreis, die Thurgauer Talentnacht und den Grand Prix Oberfrick.

**DIE POKALE SIND NOCH IMMER** der Blickfang in Tanishas Dreizimmerwohnung in einem Vorort von Frauenfeld, wo sie in den vergangenen Monaten einige deutsche Liedtexte geschrieben und viel nachgedacht hat: «Ich brauchte Abstand von allem, musste lernen loszulassen. Denn immer hatte sich alles um Musik gedreht. Jetzt habe ich mein Leben neu geordnet.» Ihren Unterhalt bestreitet sie mit Nagelkosmetik. Und sie ist stolz auf den Parkettboden, den sie in ihrem Wohnzimmer verlegt hat. Vom Singen habe sie sich keineswegs verabschiedet. «Ich singe immer. Ich liebe den Gesang. Im Frühling

kommt die nächste Single, dann ein Album.» Sie weiss, es wird schwierig.

«Ich erhalte täglich zwischen drei und fünf Demo-CDs», sagt Michael Schuler, der bei Universal Music für Neuentdeckungen zuständig ist. Nur gerade zwei von all

**«Viele Nachwuchskünstler eifern ihren Vorbildern nach, ihnen fehlt die Kontinuität.»**

Michael Schuler, Universal Music

den Bewerbern erhielten bis jetzt einen Plattenvertrag. Was Schuler in der Masse der Zusendungen sucht, ist Einzigartigkeit. «Das Liedmaterial und die Stimme müssen etwas Unverwechselbares haben. Doch gerade da liegt das Problem: Viele Nachwuchskünstler eifern ihren Vorbildern oder den herrschenden Trends nach, ihnen fehlt die Kontinuität.»

Generell fällt Schuler auf, dass Nachwuchskünstler zunehmend an ihrem Image, am Marketing und an der Bühnenshow arbeiten, noch bevor die Musik überhaupt einen Reifegrad erreicht hat, der solche

Massnahmen rechtfertigen würde. Der Trend zu mehr Schein als Sein, mehr Show als Substanz wurde aber nicht zuletzt von Universal Music selbst gesetzt: Der Plattenmulti promotet die Schweizer Retorten-Popband Tears, welche aus der Casting-Sendung «Popstars» entstanden ist. Im Gegensatz zu vielen Mochtegegnern und Amateuren wird bei Tears die musikalische Substanz durch eine internationale Produktionsmaschinerie gewährleistet. Sie kostet sehr viel Geld.

«Wem diese Mittel fehlen, hat fast keine Chance», sagt Andreas Utzinger, 30. Der ehemalige Chemiestudent hat sich seit Jahren gänzlich seiner Musik verschrieben und ein eigenes Tonstudio eingerichtet, um nicht mehr die teuren Studiomieten bezahlen zu müssen. Er sitzt zu Hause am Stadtrand von Dübendorf und stöbert in seinen Fotoalben nach einem Bild für den Umschlag seiner neuen Single.

Utzinger hat sich einen Tag frei gegeben, um Ruhe zu haben, denn am 19. Februar ist er zum ersten Mal im Fernsehen zu sehen – als «Deean» auf SF 1 live von der Muba Basel. «Rund 80 000 Leute werden zu-

schauen. Ein wichtiger Schritt in meiner Karriere», sagt Deean. Nicht unbedingt wegen den Zuschauermassen, doch es bedeute eben immer noch etwas, wenn man im Fernsehen aufgetreten sei, erklärt er. Deean ist ein Profi im Sinn, dass er von den rund 40 Auftritten an Hochzeiten und Firmenanlässen pro Jahr leben kann.

Da spielt er mit seiner Band aber vornehmlich Cover-Versionen bekannter Hits. Umso leidenschaftlicher treibt er täglich seine eigenen Lieder voran: «Soeben habe ich mit Viktor Eugster vom Trio Eugster einen Plattenvertrag ausgehandelt. Jetzt geht es um den Feinschliff an den vorhandenen Songs.» Und er fügt an, er suche nicht den Ruhm, das sei ein notwendiges Übel, ihm gehe es um seine Musik. Man will es ihm glauben. Deean singt balladeske, romantische Lieder, also nicht gerade das, was die Musikindustrie sucht. «So bin ich eben. Wichtig ist doch, dass meine Musik ehrlich ist. Ich möchte nicht ständig auf den Markt schielen», sagt Deean trotzig.

**SÄNGERIN MONIKA KÄELIN** gibt ihm Recht: «Wenn die Seele verloren geht, springt der Funke nie.» Kaelin («20 Jahre Ramba Zamba») führt mit zunehmendem Ehrgeiz und Engagement zusammen mit den anderen Vorstandsmitgliedern den Nachwuchs-Wettbewerb Kleiner Prix Walo zu wachsendem Erfolg. «In den letzten fünf Jahren haben wir einen grossen Sprung nach vorn gemacht. Die Qualität der Bewerbungen ist gestiegen, von der Quantität ganz zu schweigen.» Jährlich erhält sie über 80 Einsendungen. «Viele dieser Künstler könnten gleich ins Profilage wechseln.»

Kaelin rät: «Erstens einmal braucht es Talent. Dann Ausstrahlung, Glück und – wichtig –: nie aufgeben. Der Beruf ist hart, man muss einstecken können.» Nicht ohne Zorn erklärt sie schliesslich: «Die «Superstar»-Sendung ist ganz gemein. Man darf die Talente doch nicht verheizen, bevor sie je eine Chance hatten.»

Die Nagelkosmetikerin Cinzia Conti, 23, wohnt in Möriken Wildegg und unterhält ihre «offizielle Homepage des Aargauer Nachwuchstalents». 50 Fans haben ihren Newsletter abonniert. Bei Cinzia zu Hause stapeln sich die Trophäen von Gesangswettbewerben. Auch sie nahm letztes Jahr am Kleinen Prix Walo teil. «Ich bin bestimmt schon hundertmal auf der Bühne gestanden», sagt sie. Den ausbleibenden Grosse Erfolg erklärt sie sich so: «Vielleicht habe ich zu viele italienische Balladen gesungen. Das war zu wenig kommerziell. Ich



**CINZIA CONTI, 23:**

Sie stand schon etwa hundertmal auf der Bühne. «Vielleicht habe ich zu viele italienische Balladen gesungen. Das war zu wenig kommerziell», erklärt sie den ausbleibenden Erfolg.

bin eben ein Newcomerli, das noch Fehler macht.»

Inzwischen hat sie musikalisch umgesattelt und singt jetzt englischen Pop. Ihr Traum ist die Teilnahme am Concours Eurovision. «Um weiterzukommen, brauche ich ein professionelles Management», sagt Cinzia. Sie wird noch immer von ihrer Mutter gemanagt. Als Cinzia für ihre erste CD – drei Songs, 12 000 Franken – eine

Taufpatin suchte, schrieb sie einen netten Brief an Nella Martinetti. Martinetti beantwortete Cinzias Anfrage am Telefon. Sie würde zwar liebend gerne Taufpatin sein, könne aber gerade nicht. Cinzia war enttäuscht, überlegte aber nicht lange und fand rasch Ersatz. Taufpatin ihrer CD «Rhythm Of My Heart» war schliesslich Daniela, damals noch bekannt – als Siegerin von «Big Brother».