

FRIERENDE FANS UND LEERE KASSEN



● Dünnsät waren die Reihen der Pop-Fans beim Freiluftkonzert im Hamburger Stadtpark.

Von Horst Langewand

Wumm! Das war ein Reifall! Freiluftkonzerte sind in Mode. Aber (finanziellen) Erfolg verzeichnen die Veranstalter durchaus nicht immer. So fand jetzt zum Beispiel das erste von sieben „Open-Air-Concerts“ im Hamburger Stadtpark nur rund 600 Zuhörer. Und die beatfreudige Jugend bibberte. Vor Kälte. Und blickte müden Auges in die tiefhängenden dunklen Wolken statt auf die grauen Musiker unter einer wuchtigen Buche. Und dem Veranstalter Ernst Hanel schauderte. Aber nicht vor Kälte: Das finanzielle Angstgespenst kroch dem 26jährigen den Rücken hoch. „Wir brauchen über 1000 Besucher, um die Kosten zu decken“, meinte er sorgenvoll.

Aber die Rechnung ging nicht auf. Denn die fast dreistündige Show mit drei Beatbands aus London (Edgar Broughton Band) und Hamburg (Frumpy, Bunch) kostete 6000 Mark. Und die 600 Teens und Twens hatten für den Eintritt je fünf Mark in die Zigarrenkiste geworfen. Aber die 3000 Mark reichten nicht. Ein Beispiel für viele deutsche Pleiten.

Lohnen sich Konzerte in freier Luft überhaupt noch? Und vor allem: Haben die Musiker Lust,

ihre empfindlichen Geräte der stetig wechselnden Witterung auszusetzen? In Hamburg gewann die Bühne den Charakter einer bizarren Mondlandschaft, da die Musiker ihre technische Ausrüstung, die im Durchschnitt immerhin zwischen 20 000 und 30 000 Mark kostet, mit Kunststoffolien abgedeckt hatten. Der Klingeffekt ähnelte dann auch des öfteren dem Jaulen eines Hundes in der Waschküche.

Und so spielen Veranstalter und Manager nicht nur mit dem finanziellen Risiko. Obwohl das immer noch das größte ist. Pop bedeutet nicht immer und überall Profit. Zum Beispiel wurden zum Festival der Mitternachtssonne im Stockholmer Volkspark 200 000 Besucher erwartet — nur 5000 kamen. Pleite. Zum Open-Air-Festival in Hamburg erschienen zwölf Bands und lediglich 5000 Besucher. Pleite.

Mit unbekanntem Gruppen lockt man das verwöhnte Publikum nicht mehr aus den Beatkellern. Die Rolling Stones werden denn auch in den Monaten September und Oktober während ihrer Deutschland-Tournee in Konzert-Hallen spielen. Alles andere wird bei Funke in den Hallen stattfinden. Denn der neue Slogan der Jugend wird bald heißen: Im warmen Mief sitzt sich's doch bequemer.

Klatsch-

UND AN DER SPITZE