



Kolumne von Gerd Stachow – April 2012

„Kreativität“

Was ist Kreativität? Diese Frage beschäftigt mich immer wieder. Die meisten Menschen bringen Kreativität in einen ganz engen Zusammenhang mit Kunst. Da haben wir schon den nächsten Begriff, der recht vielseitig gedeutet werden kann. Aber, lasst uns mal ganz anders anfangen. Zu Ostern liefen ja eine ganze Menge interessanter Filme im Fernsehen. Um die Begriffe Kreativität und Kunst zu erläutern, will ich mal zwei davon herauspicken, die beim ersten Betrachten eigentlich nichts miteinander gemein haben. Zuerst sah ich "Avatar" von James Cammeron. Dieser Film war wohl das "Osterhighlight" und ist an Kreativität kaum zu überbieten. Der Story zugrunde liegen so here Begriffe wie: Verantwortungsbewusstsein, Liebe, Freundschaft, Kameradschaft, Umweltbewusstsein, Achtung anderer Rassen und Völker und, und, und... Bewundernswert ist bei dieser Geschichte die moralische, aber auch die visuell ständige Steigerung der Wahrnehmung. Neidlos muss man gestehen, dass die Umsetzung so eines Stoffes ein gehöriges Maß an Phantasie, sozialer Kompetenz oder auch verantwortungsvoller Phantasie voraussetzt. Hier reißt nie der Spannungsbogen ab und der Zuschauer giert förmlich danach, zu erleben, was denn so als nächstes passiert. Das krasse Kontrastprogramm dazu muss dann wohl ein Film mit dem Titel "Wo geht's denn hier zum Krieg?" sein. Genau mit dieser Einstellung machte ich mich dann auch an diesen Film heran. In der ersten halben Stunde wurden meine Erwartungen des vermeidlichen "Machwerks" auch so bestätigt. Bekannte Platitüden, wie dumme Witze, der oberflächliche Umgang mit der Notgeilheit des Hauptdarstellers und die Darstellung gehirnkontinenter Vorgesetzter beim Bund wurden Schlag auf Schlag bedient. Irgendwann wendete sich aber das Blatt. Wer denn zu faul war, auf ein anderes Programm zu wechseln, erlebte die Wandlung eines hirnlosen Stoffes zu einer wirklich interessanten und berührenden Geschichte. Das war schon richtig kreativ, wie der Bogen von platter und vorhersehbarer Komik zu einem verantwortungsbewussten und auch spannenden Zusammenspiel der Akteure mit der Aussage des Films, gespannt wurde. Ich hatte nicht erwartet, dass aus dem dümmlichen Titel und dem platten Anfang doch noch eine Geschichte mit Tiefgang und der Aussage zustande kam, dass menschliche Werte sich aus den seltsamsten Anfängen heraus entwickeln können. Aber, Kreativität umfasst ja ein viel breiteres Feld. Eigentlich ist die gesamte Menschheitsgeschichte ohne Kreativität nicht denkbar. Das vergessen wir oft, wenn wir mit diesem Begriff konfrontiert sind. Gerade in der Musik reden fast alle Künstler ja von mehr oder weniger vorhandener Kreativität. Auch hier spannt sich ein weiter Bogen. Da geht es z.B. von "Heute haun wir auf die Pauke" über "99 Luftballons" bis zu "Universum". Betrachtet man diese drei Titel, so kommt meistens, wie aus der Pistole geschossen: Nenas Luftballons oder Universum von Ich und Ich haben eine tolle Aussage und sind wahnsinnig kreativ. Haute haun wir auf die Pauke dagegen ist platt und wenig kreativ. Ich finde, diese Meinung liegt meilenweit daneben. Auf so eine Textzeile, die dann auch noch zum millionenfachen Plattenverkauf führt, muss man erst mal kommen. Genau das ist Kreativität. Man sollte sicher nicht Äpfel und Birnen vergleichen. Aber man muss sich auch darüber bewusst sein, dass es in der Kategorie Äpfel gute und schlechte gibt, genau wie in der Kategorie Birnen. Ich kann mich noch gut an die Zeiten in den Achtzigern erinnern, als wir mit der Band durch die Lande gezogen sind. Damals war es eben so, dass man von Renft, oder später Karussell den Apfeltraum erwartete und von Winni 2 eben "Was soll ich mit dem Akkordeon". Damals war ganz

klar, dass Äpfel Äpfel sind und Birnen Birnen. Heute ist das etwas anders. Wenn früher Musik dazu da war, die Menschen, die zu bestimmten Bands kamen, mit genau der richtigen Musik zu unterhalten, so dient Musik heute eher dazu, Werbung zu transportieren. Bei der Promotion unseres neuen Titels "Dick ist schick", der übrigens auf allen gängigen Musikportalen zum Download bereit steht, telefonierte ich mit der Chefredakteurin einer großen deutschen Sendeanstalt, die ich seit Jahren kenne. Sie erzählte mir von einer Redaktionskonferenz, bei der im Sender besprochen wurde, welche Art von Musik zum Transport von Werbung eingesetzt werden solle. Titel oder Interpreten, die sich nicht für den kommerziellen Transport von Werbung eignen, haben gar keine Chance, im Radio gespielt zu werden oder auf Downloadportale zu kommen. Und genau an dieser Stelle klafft eine riesige Kluft zwischen Kreativität und Kommerz. Das finde ich echt schade. Es gibt sicher eine ganze Menge talentierter und stimmungswaltiger kreativer Künstler, die aber in der heutigen Medienwelt einfach kein Gehör finden. Gut, dass wir bei Winni 2 einen über viele Jahre gepflegten Kontakt zu einigen Musikredakteuren haben. Wie schwer muss es doch für gute Leute sein, die diese Kontakte nicht haben. Da nützt dann auch Kreativität nichts. Damit sind wir wieder beim Punkt. Was ist Kreativität denn überhaupt noch wert. Meiner Meinung nach viel! Ich freue mich immer wieder, wenn auf Plattformen wie "Sputnik" beim MDR oder "track4" junge Künstler ihre Titel vorstellen und es dabei ab und zu richtige "Sahnestücke" gibt. Wer genau hinschaut, dem fällt aber auf, dass diese Plattformen ihren Ursprung irgendwie immer in der Musikszene der ehemaligen DDR haben. Damals, vor mehr als 20 Jahren waren die Menschen eher darauf hinaus, westliche Musik, obwohl das eigentlich ein blöder Begriff ist, zu konsumieren. Immer mehr Leute begreifen aber inzwischen, wie hoch doch eigentlich die musikalische und auch textliche Qualität der Bands des ehemaligen Ostens war und auch noch ist. Veranstaltungsreihen wie Ostrock oder auch Fernsehsendungen die über diese Szene berichten, stellen inzwischen objektiv dar, dass hier eine tolle Qualität geliefert wurde und wird. Nicht zuletzt seien junge Bands wie Juli, Jennifer Rostock, Tokio Hotel und andere erwähnt, die ihren Ursprung in den neuen Bundesländern haben und auf der Musikantentradition dieser Region aufbauen. Mich erreichen wöchentlich Mails mit Anfragen nach Titeln, die unsere Band früher mal produzierte. Gerade kam so eine Anfrage aus Schnauderhainichen, das im kommenden Jahr seine 600 Jahrfeier begeht. Da wird einem selbst mal wieder deutlich klar, das Winni2 früher zu den führenden Profiformationen gehörte und was eine Menge von Titeln wir selbst produziert haben. Aber, ich glaube, auch die Songs, die wir in den letzten 3 Jahren produziert haben, müssen sich nicht verstecken. Kreativität kommt eben nicht nur von jungen Leuten. Auch wir haben mit einigen Top-Platzierungen in den Medien bewiesen, dass wir es noch drauf haben. Das bestätigt uns auch das Publikum bei unseren Live-Darbietungen. In diesem Sinne freuen wir uns auf viele kreative Begegnungen mit unserem Publikum im Jahre 2012.

Bis demnächst,

Euer Gerd