

Seite 15

Dossier

Deutschland

David Garrett

Auf beiden Saiten

Der Geiger David Garrett war ein Wunderkind der klassischen Musik. Aber er wurde erwachsen, und sein Name geriet in Vergessenheit. Bis ein Manager den Künstler in eine Popmarke verwandelte. Jetzt lieben ihn die Massen. Ein fein komponierter Verkaufserfolg

Carolin **Pirich**

Früher wollten die Leute klassische Musik hören. Heute wollen sie sie auch anschauen. Die Marke und ihr Erfinder: Garrett mit Konzertveranstalter Peter Schwenkow. Hauptsache, viele schauen zu: Garrett bei einer Gala mit Carmen Nebel. David Garrett mit 15 Jahren, auf dem Höhepunkt seiner ersten Karriere. Ein Geiger braucht die richtige Technik: Der Künstler im Schwebestadium. Er zieht Menschen an, die bisher nicht mit klassischer Musik in Berührung kamen. David Garrett, bürgerlich: David Bongartz.

Im Neonlicht erscheint die Maschinerie, die aus einem Geiger einen Popstar macht: Stahlgerüst, LED-Leinwand, Scheinwerfer, Lautsprecher, Nebelmaschinen. Ein Bühnenarbeiter hängt an zwei Seilen, fünf Meter über den Stuhlreihen, dort, wo am Abend David Garrett, meistgeliebter, meistgehasster Geiger unserer Zeit, über dem Publikum schweben soll.

6400 Menschen werden um 20 Uhr auf den Stühlen der Messehalle Erfurt sitzen. Noch drei Stunden, Zeit für den Soundcheck. Helfer haben die 40 Orchestermusiker verkabelt, die zwei Gitarristen, den Schlagzeuger. Die Hauptperson fehlt. Sie wird den ganzen Nachmittag nicht auftauchen. Am vorletzten Tag seiner Tournee sieht es so aus, als habe David Garrett keine Lust mehr, David Garrett zu sein.

Garrett, der Star mit Geige: Das ist er für die einen. Ein Rebell, der die klassische Musik aus dem Elfenbeinturm des Bürgertums befreit. Der Kinder der Playstation-Generation den Satz sagen lässt: "Ich will Geige lernen!" Der Hunderttausende in Konzerthallen zieht: Menschen, die sonst nur Shakira hören oder

Michael Bubl . Popmusik.

Die anderen sehen in David Garrett einen Überläufer, der sein Talent an den Massengeschmack verschwendet. Einst trauten sie ihm eine Zukunft als Jahrhundertmusiker zu. Ein neuer Yehudi Menuhin hätte er werden können, ein Geigengott im Himmel der Hochkultur.

Die Menschen, die das Schönegeistige verteidigen, haben keine schönen Worte mehr für ihn. Musikkritiker schreiben, Garrett produziere "Softpornopopklassikjunkfood".

Wenn sie überhaupt noch über ihn schreiben. David Garrett gehört inzwischen zum Personal von Bunte, Bild und Gala. Dort ist er: "der schönste Geiger der Welt". Dort geht es um die Frage, ob die Geige Romanzen mit ebenso schönen Frauen verhindere, wie viele Tattoos er sich hat stechen lassen, auf welchem Körperteil die Fledermaus prangt.

Man kann David Garretts Geschichte als Abstieg lesen oder als Aufstieg, je nach Blickwinkel. Es ist die Partitur eines Verkaufserfolgs, die es hier zu verstehen gilt, die sorgfältig komponierte Verwandlung eines Menschen in ein Produkt.

Am Tag zuvor war Konzertpause in Erfurt. Die Musiker hatten einen Abend frei. Es gab eine kleine Party. Auch Garrett schaute vorbei. Seitdem hat ihn keiner gesehen.

"David kommt immer zu spät", sagt einer seiner Gitarristen.

"Er ist total durch", sagt einer seiner Fahrer.

"Manchmal braucht er Zeit für sich", sagt eine seiner Pressefrauen.

Sie tippt minutenlang in ihren Blackberry, dann kommt eine SMS vom Tourmanager: David müsse alle Termine am Nachmittag absagen, auch den Soundcheck. Warum, schreibt der Tourmanager nicht.

Routinierter Ärger bei der Entourage. Kommt öfter vor. Garrett nimmt sich immer mal wieder eine Auszeit von den Erwartungen, die andere an ihn stellen. Manager, Betreuer, Stylisten, Lichtdesigner, Tontechniker, Promoter, Veranstalter, Musikproduzenten: Sie alle verdienen an diesem Abend mit, sie alle arbeiten an der Marke David Garrett. Und in spätestens drei Stunden muss dieser 32-jährige Mann mit der Geige, dem Symbol für Disziplin und Ehrgeiz, wieder funktionieren. Dann müssen Mensch und Marke wieder zusammenfinden.

Vor Erfurt war Garrett in Köln, Berlin, Frankfurt, München, in Innsbruck, Mannheim und Stuttgart. Rock Anthems heißt das aktuelle Programm. Die besten Hits aus dreieinhalb Jahrhunderten, dazu: Feuerfontänen, Tanzeinlagen, Lightshow. Guns N' Roses. Muzio Clementi. Michael Jackson. Ludwig van Beethoven. Coldplay. Justin Timberlake. Geige mit Schlagzeug, Klassik mit Pop. Zwei Stunden lang.

Der Eintritt kostet zwischen 45 und 120 Euro. Vor allem Frauen kaufen die Karten. Mütter strömen mit Großmüttern zu Garretts Auftritten, Grüppchen von Freundinnen in Parfümwolken. Fans wie die 27-jährige Andrea aus Neuruppin, die beim Konzert in Berlin in der zweiten Reihe sitzt. Sie hat sich ein Herz auf den Fuß tätowieren lassen, in der Mitte David Garretts Initialen. In Reihe sechs die zierliche Miriam, der Mund so grellrot wie die Lackstiefel, neben ihr der Sohn, ein blonder Fünfjähriger. Das lange Haar trägt er am Hinterkopf zusammengeknotet, wie David Garrett. Die Jeans hat er in kleine Stiefel mit offenem Schaft gesteckt, wie David Garrett.

Mitte Oktober erschien Garretts Album Music, sofort erreichte es Platz vier der deutschen Charts. Drei Wochen und ein paar Fernsehauftritte später liegt Music auf Platz

zwei und hat sich mehr als 100000-mal verkauft: Goldstatus. Nur Robbie Williams läuft besser.

Man könnte also erwarten, dass Garrett sich aufmerksamkeitsstark und zufrieden gibt, als er in einem Salon des Berliner Westin Grand Hotels im Viertelstundentakt die Journalisten zum Gespräch empfängt. Die Füße in den offenen Stiefeln hat er auf ein Tischchen gelegt. Die Sonne malt goldene Muster auf die Zimmerwand.

Garrett sieht aus, wie er immer aussieht, wie das Bild des Geigenrebells es vorsieht, die Marke des Mannes, der sich nicht um die Konventionen des Kulturbetriebs schert. Aber dann sagt er auf einmal diesen Satz, im fiebrigen Ton des verletzten Künstlers: "Ich will, dass die Leute wissen, dass ich supergut Geige spielen kann."

Jens, Stylist in Strickpulli, beschwichtigt seinen Chef so zärtlich, wie es seine verrauchte Stimme zulässt: "Aber David, das weiß ich doch auch so."

Garrett nimmt die Stiefel vom Tisch, lehnt sich vor und stützt die Ellbogen auf den Knien ab. Er starrt einem angriffslustig ins Gesicht. Itzhak Perlman, der berühmte Geigenvirtuose, rede mit Hochachtung von ihm, sagt er. "Er ist ein großer Fan und Bewunderer von mir. Das ist das größte Lob, das man als Geiger bekommen kann."

Garrett will anscheinend klarmachen: Nicht der Schüler bewundert den Meister, sondern der Meister bewundert ihn, seinen Schüler.

Offenbar kommt es bei der Anerkennung nicht so sehr auf das Ausmaß an. Sondern darauf, wer sie einem schenkt. Das ist Garretts Problem, das er noch nicht mal in einem Viertelstunden-Interview verbergen kann, vielleicht auch nicht verbergen will: Er wird von den Falschen geliebt.

Oder andersherum: Die Liebe der vielen kann den Liebesentzug der wenigen nicht wettmachen.

David Garrett selbst erzählt seine Biografie als eine Geschichte der Befreiung. Er ist an diesem

Tag im Oktober von Berlin nach Hamburg unterwegs, im Terminkalender stehen elf Talkshows in zehn Tagen und ein Fotoshooting für einen Schmuckhersteller, der mit Garretts Gesicht werben will. Auf der Fahrt: Zeit für ein Gespräch im ICE, Treffen am Bahnsteig. Garrett kommt aus dem Hotel, obwohl er eine Wohnung in Berlin besitzt, auch in New York hat er eine. Der blonde Haarknoten sitzt perfekt, der Dreitagebart ist gepflegt, es ist nicht kalt, aber Garrett trägt einen schwarzen Pelzmantel, glänzend und knöchellang.

Er reicht die Hand zur Begrüßung. Feingliedrige Finger, eine Geigerhand. Garrett trägt zwei schwere Ringe, der eine ist der mit dem großen Totenkopf, den man auf jedem Bild sieht, das es von Garrett und seiner Geige gibt. Aus der Bunten weiß man, dass der "maskuline Schmuck" circa 289 Euro kostet.

Neben Garrett steht eine wuselige kleine Frau Ende vierzig. "Ich bin die Elke", sagt sie. Die Elke will, dass man sie duzt. "Wir duzen uns alle."

Elke ist die wichtigste Person in David Garretts Entourage. Sie ist seine TV-Promoterin. Sie achtet aber auch darauf, dass er seinen Zug nicht verpasst, sich ab und zu ausruht und regelmäßig ein warmes Essen bekommt. Elke erzählt, ihr 13-jähriger Sohn sage immer: "Mama, ich glaube, der David braucht dich viel mehr als ich."

Jetzt sorgt sie dafür, dass David im Bordrestaurant Königsberger Klopse bekommt, damit er sich darauf konzentrieren kann, sein Leben zu erzählen.

Eigentlich habe sein Vater selbst Geiger werden wollen, Solist, sagt Garrett. Er hatte jedoch zu spät angefangen, erst mit 12 oder 13. Es reichte nicht für eine Musikerlaufbahn. Der Vater wurde Jurist und gab die Bürde seines Traums an seine Söhne ab. Erst sollte Davids älterer Bruder Geige lernen. Aber der versteckte sich daheim in Aachen unter dem Bett, wenn der Vater zum Üben ins Zimmer kam. Also bekam David die Geige. Da war er vier Jahre alt.

"Ich hatte wohl eine härtere Konstitution als mein Bruder", sagt Garrett. "Ich weiß nicht,

warum ich nicht geweint habe, wenn mir mein Vater mit dem Bogen auf den Kopf gehauen hat."

Die Eltern nahmen David aus der Schule und ließen ihn von Privatlehrern unterrichten. Mit neun bekam er die erste Gage, 500 Mark, das erste Konzert mit großem Orchester gab er mit zehn.

Für die Konzerte kauften ihm die Eltern grüne und gelbe Anzüge und weiße aus Moiréseide. Sie bestimmten, er solle nicht Bongartz heißen wie der Rest der Familie, sondern den Mädchennamen seiner amerikanischen Mutter tragen, Garrett. Damit kann man auch im Ausland berühmt werden.

"Sie waren richtige stage parents", sagt Garrett. Eltern, die ihr Kind unbedingt auf der Bühne sehen wollen. "Das kann man gut finden oder auch nicht. Wahrscheinlich eher Zweites."

Eine CD, die er als 13-Jähriger aufnahm, zeigt Garrett mit seiner Geige unterm Kinn, die damals braunen Haare zur braven Bubenfrisur gelegt. Ihm gegenüber steht Claudio Abbado, der berühmte Maestro. Er hebt die Hände wie ein Magier, der einen Zauberspruch sagt.

Zu diesem Zeitpunkt erfüllt David Garrett alle Voraussetzungen für einen künftigen Klassikstar. Er tritt mit den richtigen Musikern in den richtigen Konzertsälen auf. Spielt Bach, Mozart, Beethoven, Mendelssohn, ein mutiges Repertoire, weil er schon früh mit den Großen mithalten muss. Seine Eltern schließen einen Exklusivvertrag mit dem richtigen Label, der Deutschen Grammophon - es ist das Gütesiegel der klassischen Musik. Davids Wert steigt wie der Wert eines Bildes, das in namhaften Galerien hängt, damit namhafte Leute darüber reden.

Der Dirigent Zubin Mehta bezeichnet den zwölfjährigen David als größten Violinisten seiner Generation. Der Jahrhundertgeiger Yehudi Menuhin schwärmt von Davids wunderbarem Spiel. Und eine der damals raren weiblichen Geigenikonen, die Britin Ida Haendel, opfert ihm viele Stunden, in denen sie sein Spiel anhört und ihm Tipps gibt.

Noch heute erinnert sie sich daran, was sie

damals, vor 20 Jahren, so beeindruckt hat. "Er war sehr talentiert und sehr charmant", sagt sie. "Er konnte fast alles spielen."

So wurde der kleine David in den Augen der Erwachsenen zum Wunderkind. Es war das erste Mal, dass der Name Garrett zur Marke wurde.

In der Welt der Klassik tauchen solche Wunderkinder immer wieder auf. Die Mechanismen sind stets dieselben: Man braucht ein Kind mit Ausnahmebegabung und einen Alten, der es "Wunderkind" nennt. Für die Kinder selbst ist das Leben als Wunder vor allem anstrengend. Manche wachsen aus ihm heraus, manche brechen aus. Andere zerbrechen daran.

David Garrett litt unter dem Wunderkind-Status. "Ich habe acht Stunden am Tag geübt", sagt er im Bordrestaurant, die Kellnerin stellt die Klöße vor ihm ab. "Das ist kein Wunder. Das ist harte Arbeit."

Der Anfang vom Ende der Lebensphase als Wunderkind waren die Capricen des Geigers und Komponisten Niccolò Paganini aus dem 19. Jahrhundert. Garrett war jetzt 16 Jahre alt, er hatte zwei der schmerzhaft virtuoson Stücke im Repertoire. Das Plattenlabel aber wollte gleich alle 24 aufnehmen.

Garrett hatte keinen Lehrer außer seinem Vater und nur zwei Monate Zeit. Der Arm schmerzte, der Nacken, der Rücken, die Bandscheiben. Die Mutter, die einst Ballerina am Stadttheater in Aachen war, sagte, sie habe auch mit Schmerzen getanzt. Die CD wurde 1997 veröffentlicht, David Garrett war 17.

Er lebte ein Leben im Korsett. Üben, Konzert, Applaus, üben, Konzert, Applaus. Er hatte keine Freunde, er kannte nicht einmal andere Kinder. Einmal lief er von zu Hause weg, doch er wusste nicht, wohin. Er lief in die Kirche. "Ich bin nicht religiös oder so", sagt er. "Aber die Tür zur Kirche war eben die einzige Tür, die immer offen stand."

Garrett greift zu seinem iPhone, legt es weg, nimmt es wieder, schaut auf den kleinen Bildschirm. Er kneift die Augen zusammen. Die Fingerknöchel treten weiß hervor.

"Können wir mal 'ne Pause machen?"

Bei seinen Konzerten erzählt Garrett oft Anekdoten aus seinem Alltag, kleine Episoden, die nichts über ihn verraten. Geschichten wie die vom Supergeiger, der auf dem Schwarzmarkt in Bangkok Fälschungen seiner DVDs entdeckt und sich geschmeichelt fühlt: "If you can make it there, you can make it anywhere." Was er rauslässt, passt zur Story.

Die Erzählungen aus seiner Jugend aber scheinen mehr zu sein als belanglose Episoden. Echte Verletzungen. Das Verhältnis zu seinem Vater sei immer noch sehr angespannt, sagt einer, der David Garrett gut kennt.

Mit 18 hielt es Garrett nicht mehr aus in seinem Korsett. Als er sich bei der Juilliard School bewarb, der berühmten Musikhochschule in New York, wollte er nicht bloß seiner Karriere nachträglich ein Fundament geben - er, der immer nur Privatunterricht gehabt hatte. Vor allem war New York weit weg, und die Eltern hatten Flugangst.

Für David Garrett war New York der bestmögliche Ort. Die Eltern begriffen, dass ihr Sohn ihnen entglitt, und verweigerten ihm die Unterstützung. Für das Schulgeld von 36000 Dollar im Jahr musste er hart arbeiten, als Putzmann, Barmann, Fotomodel.

Nach dem Studium testete er seinen neuen Marktwert. Er sprach die richtigen Leute an, wie er es gelernt hatte. Ein Freund stellte ihm seine Wohnung für Hauskonzerte zur Verfügung, Garrett lud Vertreter von Plattenfirmen und Konzertveranstalter ein, spielte ihnen vor: Bach, Mozart, Beethoven, Bruch. Die Kenner nickten, und es passierte - nichts.

Nach fünf, sechs Jahren der Abwesenheit vom Klassikmarkt war sein Name kein Begriff mehr. Garrett war über 1,90 Meter groß, mit langen Beinen und einem erwachsenen Gesicht. Der Zauber des Wunderkindes war weg. Er war jetzt ein Geiger wie viele: talentiert, aber unbekannt. Die Marke war verblasst. Er brauchte eine neue.

Garrett begann mit Cross-over-Stücken zu

experimentieren. In New York trat er mit Musicaldarstellern und Schauspielern auf und spielte dazu Gassenhauer auf der Geige. Damit ließ sich ganz gut Geld verdienen. Er nahm eine Violinenversion der Metallica-Ballade Nothing Else Matters auf und kombinierte sie mit Habanera, der bekanntesten Arie aus der Oper Carmen. Er spielte eine mit E-Gitarren unterlegte Toccata von Bach, gefolgt vom Hummelflug von Rimski-Korsakow.

Später spielte Garrett den Hummelflug in 65,26 Sekunden und ließ das Ergebnis ins Guinness Buch der Rekorde eintragen. Es machte ihn eine Zeit lang zum schnellsten Geiger der Welt. Sein altes, seriöses Label, die Deutsche Grammophon, aber glaubte nicht mehr an ihn.

Hier hätte die Karriere des ehemaligen Wunderkinds enden können. Ohne Plattenvertrag, ohne Manager hätte er sich nicht lange gehalten. Inzwischen schon Mitte zwanzig, hätte er sich einen anderen Beruf suchen müssen, vielleicht wäre er irgendwie in der Musikbranche untergekommen. Reich wäre er nicht geworden.

Dass es anders kam, lag an einem Mann, der die Idee hatte, eine neue Geschichte für David Garrett zu basteln. Eine neue Marke.

Peter Schwenkow sitzt über den Dächern von Berlin in seinem Büro. Auf der einen Seite das Dach der Philharmonie, auf der anderen das Sony Center und der Potsdamer Platz. Er trägt einen feinen grauen Anzug, eine edle Uhr, eine randlose Brille. An der Wand hängt ein Gemälde, das ihn selbst zeigt.

Schwenkow verdient Geld mit Musik, Spezialgebiet: Klassik für die Masse.

Er hatte die Idee, die Berliner Philharmoniker in der Berliner Waldbühne auftreten zu lassen, das betont er gern. Er veranstaltet Konzerte für die Sopranistin Anna Netrebko und ihren Lebensgefährten Erwin Schrott, für die Tenöre Jonas Kaufmann und Rolando Villazón, für den Pianisten Lang Lang. Namen, die inzwischen auch Menschen kennen, die noch nie eine Oper oder ein Klavierkonzert gehört haben.

Peter Schwenkow ist Chef der DEAG, der Deutschen Entertainment AG, des größten

Klassikkonzertveranstalters Europas. "Früher haben wir 35000 Euro Umsatz mit klassischen Konzerten gemacht", sagt Schwenkow. "Heute sind es 35 Millionen."

Zwar könne er das handwerkliche Vermögen der Musiker nicht beurteilen, aber wenn der Künstler bereit sei, sich einzubringen, könne er ihn weit nach vorn bringen.

Schwenkow war einer der Ersten, die begriffen haben, dass klassische Musik ein kulturelles Wunderwerk sein mag, aber eben auch ein Produkt ist, wie Schokoriegel oder Waschmittel, und ein gutes Produkt braucht heute eine gute Verpackung. Früher wollten die Leute die Sinfonien, Arien und Ouvertüren nur hören. Heute wollen sie sie anschauen können. Sie sollen gut aussehen. "Vor der Vermarktung kommt die Vermarktungsfähigkeit", sagt Schwenkow, "und das Einverständnis, sich vermarkten zu lassen."

Manche klassische Musiker verweigern sich diesem Prinzip, sie wollen keine Schokoriegel sein, sie wären nichts für Schwenkow. Zum Beispiel die Geigerin Julia Fischer. Sie hält sich mit Interviews und Fotostrecken zurück. "Kunst und Entertainment sind nicht dasselbe", sagte sie einmal, sie wolle sich nicht selbst verkaufen. Oder der junge polnische Pianist Rafal Blechacz, der 2005 einen der wichtigsten Klavierwettbewerbe gewann, den Chopin-Wettbewerb in Warschau. Er entzieht sich allein dadurch, dass er lieber Philosophie studiert, als das Kinn in die Pianistenhände zu stützen und in eine Kamera zu lächeln. Oder der Geiger Frank Peter Zimmermann, der sich mit seiner Plattenfirma EMI überwarf, weil er keine schicken Fotos von sich machen lassen wollte. Er wollte einfach nur aussehen, wie er aussieht, und gut Violine spielen.

Schwenkow dagegen will nicht weniger als alles von einem Musiker: "Wir haben den 360-Grad-Ansatz, um einen Künstler kontrolliert aufzubauen. Reisen, singen, Promotion machen."

Wann er David Garrett zum ersten Mal getroffen hat, kann Schwenkow nicht mehr genau sagen. Es muss Anfang 2007 gewesen sein. Jedenfalls erinnert er sich an einen jungen Mann, der den Erfolg mehr wollte als alles

andere. "Der brannte für seine Sache", sagt Schwenkow. "Der wollte es seinem Vater zeigen." Über das Einverständnis, sich vermarkten zu lassen, mussten sie nicht lange reden.

Schwenkow interessierte der "neue Sound", den Garrett mitbrachte. Vor allem aber gefiel ihm die Geschichte, die er aus David Garretts Wunderkind-Vergangenheit herauslas: die von einem Musiker mit der Mission, die Welt, aus der er kommt, zu revolutionieren, mit seinem Cross-over. "Klassikstars brauchen Personality", sagt Schwenkow.

Aus der alten Marke "Wunderkind" wurde die neue Marke "Geigenrebell".

Die Vermarkter von Schokoriegeln und Waschmitteln nennen so etwas einen Relaunch. David Garretts Relaunch war erfolgreich, auch, weil er die alte Geschichte nutzen konnte, um die neue zu erzählen. Die strengen Eltern, das ewige Üben, die Jugend ohne Freunde. Da kann man schon rebellisch werden.

Bis heute kündigen ihn die Moderatoren in den Fernsehshows mit der Geschichte seiner Kindheit an. Die Vergangenheit macht ihn interessant. Aber sie bleibt auch eine Bürde. Immer noch wird hochgerechnet, was für ein wundervoller klassischer Violinenvirtuose aus ihm hätte werden können. Noch immer wird er an seiner Vergangenheit gemessen.

Kurz nach ihrem ersten Kontakt, damals 2007, buchte Schwenkow für David Garrett einen Flug von New York nach Berlin und hörte sich sein Repertoire genauer an. Vor allem aber sah er ihn sich genauer an: die halb geschlossenen Lider, die geschwungenen Lippen, die ebenmäßigen Züge. Schwenkow war begeistert. Er beschloss, seine Entdeckung bei einem Brunch Bekannten und Journalisten vorzuführen.

An dieser Stelle seiner Erzählung bittet Schwenkow darum, das Aufnahmegerät auszuschalten, als würde er nun ein Geheimnis verraten - wie jemand, der flüstert, um sicherzugehen, gehört zu werden.

Garrett habe also vorgespielt beim Brunch,

erzählt Schwenkow, und dann habe man gesehen, wie 40 schöne, gestandene, intelligente Frauen beinahe in Ohnmacht fielen. Da habe er gewusst: Auf David stünden nicht nur die jungen, sondern auch die reifen Frauen. Eine verlässliche Zielgruppe war gefunden und eine bewährte Verkaufsstrategie, sex sells.

Das Image als "schönster Geiger der Welt" hat David Garrett berühmt gemacht. Es hat ihm Geld gebracht und die Abneigung all derer, die von sich sagen, es gehe ihnen um die Kunst, nicht den Kommerz.

Peter Schwenkow lächelt, wenn man ihn darauf anspricht. Dann sagt er, Garrett werde auch von großen, sehr angesehenen Orchestern eingeladen. Von Leuten, denen es um die Kunst geht. Und warum? Weil sie mit Garretts Gesicht den doppelten Eintrittspreis verlangen könnten, sagt Schwenkow.

Als Schwenkow damals David Garretts erste Cross-over-CD veröffentlichte und die erste Tournee plante, wusste niemand, wer dieser Geiger war. Schwenkow machte das keine Angst. Er musste es nur schaffen, David Garrett vor Tourneebeginn bekannt zu machen. Zu einem erfolgreichen Relaunch gehört eine erfolgreiche Werbekampagne.

Schwenkow sagt: "Die Frage war: Wie kriegt man Garrett ins Fernsehen?"

Die Antwort: mit Elke, der Frau mit der mütterlichen Fürsorge. Sie hat ein Gespür für die Gesprächstemperatur in deutschen Fernsehstudios.

Über Elke heißt es, sie gehöre zu den Besten. "Wer sie an seiner Seite hat", sagt der für David Garrett zuständige Popmanager des Musiklabels Universal, "der schafft es ins Fernsehen."

Wer im Fernsehen auftritt, sagt Elke, "hat danach lauter Bookings von Konzertveranstaltern. Eine Sendung heißt zehn Anfragen." Wenn vor einer Tournee ein Konzert irgendwo noch nicht ausverkauft ist, organisiert Elke einen Fernsehauftritt, und das Problem ist erledigt.

Zu Elkes Kunden gehören Hape Kerkeling,

Nino de Angelo, Jürgen von der Lippe, die Wildecker Herzbuben. Und David Garrett.

Elke sagt, sie könne nicht beurteilen, wie er Violine spiele, sie habe "Polka-Ohren". Sie fand es damals schräg, dass sie sich jetzt um einen Typen mit Geige kümmern sollte. Aber als sie ihn vor etwas mehr als fünf Jahren kennenlernte, mit seinen Jeans zu Anzugjacke und T-Shirt, wusste sie: "Der Junge hat eine Geschichte zu erzählen."

Einer Frau wie Elke wäre Garrett in seiner Wunderkindzeit nie begegnet. Einer Frau mit einem Faible für Schunkelmusik, die keine Partitur lesen kann. Jede Schlagersendung, in der er auftritt, trägt ihn weiter weg von der Anerkennung der Klassikpuristen und Geigenikonen.

Trotzdem hat er sich an Elke gebunden, er begehrt nicht auf gegen die Vermarktung seiner selbst. Er ist einverstanden, dass sein Fernsehplan noch dichter gedrängt ist als sein Konzertplan.

Garrett lässt den Namen der Frau mit den Polka-Ohren sogar in seine Verträge schreiben: Er sagt Veranstaltungen und Konzerte nur zu, wenn sie auch engagiert ist. Sie und Jens, sein Stylist mit der rauchigen Stimme, der sich Zigaretten aus Visitenkarten dreht.

So kommt es, dass David Garrett, statt mit Claudio Abbado und dem Chamber Orchestra of Europe aufzutreten, Halbplayback im Fernsehen geigt: bei TV total, Zimmer frei!, Wetten, dass..? , 5 gegen Jauch, Markus Lanz, Inas Nacht, im Sat.1 Frühstückfernsehen, in der ZDF-Show Volle Kanne, bei Carmen Nebel. Zum Auftakt des Weihnachtsgeschäfts tritt er bei Florian Silbereisens Adventsfest der 100000 Lichter auf: Beethoven mit Lichtgewitter und Synthesizerbass.

"Ist doch schön", sagt Garrett, als er nach einem ausverkauften Konzert in seiner Garderobe sitzt, noch angewärmt vom Applaus. Silbereisen und Volksmusik hin oder her: "Solange du Qualität ablieferst, ist das Sendeformat egal."

In Peter Schwenkows Entertainment-Universum wird Garrett für diese Haltung reich belohnt.

300000 verkaufte Konzertkarten 2012, vielleicht eine halbe Million 2013. "Das ist die Dimension der Stones", sagt Schwenkow. Ausverkaufte Messehallen, 600000 Facebook-Kontakte, die Charts, der Klassik-Echo für den "Bestseller des Jahres". Das ist die Währung, die in Schwenkows Welt zählt.

In der Welt, aus der Garrett kommt, kann man sich mit dieser Währung nichts kaufen. Im Gegenteil: Die Menschen, die in ihm einst den nächsten Jahrhundertgeiger sahen, zucken zusammen, sobald das Wort "Cross-over" fällt. Als habe man einer feinen Dame einen unanständigen Witz erzählt.

Die Chefin einer traditionsreichen Berliner Konzertagentur, die Garrett als Kind nach ihren eigenen Worten als Klassikstar aufgebaut hat sagt, sie habe mit ihm nichts mehr zu tun. Er solle erst einmal wieder Klassik lernen, fügt sie an. Genannt werden will sie nicht.

Ida Haendel, die britische Violinistin, hörte sich zwar einmal für ein Fernsehporträt über David Garrett an, was ihr einstiger Schützling jetzt so spielt. Ruft man sie heute an, will sie sich daran nicht erinnern.

Der Dirigent Zubin Mehta plant mit Garrett in diesem Jahr eine CD-Aufnahme mit dem Israel Philharmonic Orchestra. Garrett sei immer noch ein sehr guter Geiger, sagt Mehta. "Aber zu seinem Pop habe ich keine Meinung."

Es sind die beiden Menschen, die David Garrett noch heute als seine wichtigsten Lehrer bezeichnet.

Tack. Tack. Tack. Das ist das lauteste Geräusch, das die Musiker hören, wenn sie David Garrett begleiten. Die Schläge des Metronoms werden ihnen über einen Knopf im Ohr eingespielt. Der Takt, der Timecode, ist alles, denn die Musik, die Videos, das Licht, die Feuersalven, die Tänzerinnen, die Moderationen sind aufeinander abgestimmt. Der Timecode gibt jedem Rädchen der Maschine den Einsatz vor. Ein kalter Puls.

Das ist das Irrwitzige an Konzerten dieses Zuschnitts: Ein Orchester spielt, aber die Musiker hören einander kaum, jeder spielt für sich. Hauptsache, das Tempo stimmt. Die

Musik muss nicht leben, sie muss nur im Takt bleiben.

Diese Art zu musizieren lasse einen "verrohen", sagt einer der Musiker aus Garretts Orchester. Aber das falle nicht weiter auf. Als sie in einer Probe einmal absetzten, sei die Musik einfach weitergelaufen. Tack. Tack. Tack. Es gibt ihren Part vom Synthesizer, zur Sicherheit. David Garrett hat kein Sicherheitsnetz. Aber auch er muss sich dem Metronom unterwerfen. Dem ewigen Timecode.

Beim Konzert in Berlin geschieht an einer Stelle etwas Unvorhergesehenes. Aus der zweiten Reihe schrillt die Stimme eines Fans in den Text, den Garrett ins Mikrofon sagt. Es ist Andrea, die Frau mit dem Herz-Tattoo auf dem Fuß. Sie juchzt vor Freude, Garrett hält inne, schaut irritiert zur Seite. "Wir kommen ja zu nichts, wenn das so weitergeht!", sagt er, bevor er seinen Text fortsetzt. Der Zeitplan ist in Gefahr.

Die Frau wird in der Pause gebeten, nicht noch einmal zu juchzen. Ansonsten erwäge der Veranstalter, sie vom Konzert auszuschließen - Begeisterung bitte nur in den vorgesehenen Applauszeiten!

Es sieht so aus, als sei von dem "Rebellen mit der Geige" nur die Geige geblieben. Die Disziplin ist wie früher: aufstehen, üben, reisen, Auftritt, Applaus, schlafen, aufstehen, üben, reisen, Konzert. Und immer auf den Timecode achten. Dazugekommen sind die langen Haare, das Glätteisen und die Fernsehauftritte.

David Garrett ist wieder in einem Korsett gefangen, nur ist es jetzt ein selbst gewähltes. Aber was, wenn auch die Marke, die Schwenkow, Elke und sein eigener Ehrgeiz geschaffen haben, einmal verblasst?

Wenn man Garrett danach fragt, sagt er, er mache das alles für die Musik - "ich bin kein Produkt".

In fast jedem Interview kommt er wie programmiert auf sein Selbstverständnis als respektabler Violinist zu sprechen. "Viele meiner Konzerte sind rein klassisch", sagt er dann. "Klamotten sind unwichtig. Image ist unwichtig. Mein Metier ist die Tongebung." Es

sind Sätze, über die die Interviewer hinweghuschen. Es ist der Teil, den keiner hören will.

Als ihn Markus Lanz auf seinem Fernsehstudio-Sofa nach dem Kinofilm fragt, der im nächsten Herbst rauskommen soll und in dem David Garrett die Rolle von Paganini spielt, da sagt Garrett: "Das ist ein Leben, das nah an meinem liegt." Er würde jetzt wohl gerne erzählen, dass auch Paganini die größten Hits der damaligen Zeit auf der Geige spielte, dass auch er sich nicht um Konventionen scherte. Er würde gerne über Musik reden.

Aber Lanz fragt ihn nach einer Szene in der Badewanne, über die in den Klatschblättern schon viel zu lesen war: "Was hattest du an, wirklich nichts?"

David Garrett will in diesem Jahr etwas Neues versuchen. Mit Zubin Mehta will er das Violinkonzert von Johannes Brahms aufnehmen, ein hochanspruchsvolles Werk der Spätromantik. Garrett will nicht mehr nur der schöne Geiger sein, von dem die Leute sich fragen, wie er wohl nackt aussieht. Er will wieder ein guter Geiger sein, vielleicht der beste.

Aber eine etablierte Marke anders zu präsentieren ist nicht leicht. Es ist fast noch schwieriger, als eine verblasste Marke mit neuem Leben zu erfüllen. Das Publikum wird seinen David nicht hergeben wollen. Im Mai geht er wieder auf Tour. Dann wollen die Leute für ihr Geld wieder das Produkt bekommen, das sie kennen. Sie wollen Garrett so haben wie bei der letzten Tournee, wie in Erfurt.

Es ist der Höhepunkt der Show. David Garrett schwebt über die Bühne hinweg, nach links, nach rechts. Dann fliegt er in die Halle hinein, fliegt nah am Betonhimmel, fünf Meter über den Köpfen des Publikums, die Füße mit den offenen Stiefeln gekreuzt, die Violine unter dem Kinn geklemmt. Die Scheinwerfer baden ihn in Licht.

David Garrett spielt Smells Like Teen Spirit, den Song, der die Band Nirvana weltberühmt machte, die Rebellenhymne einer Generation. Hunderttausendmal gehört. Kurt Cobains schmutzige, kräftige Stimme läuft im Kopf mit.

I feel stupid and contagious

Here we are now, entertain us

Bei David Garrett aber gibt es keinen Text, keinen Schmutz. Nur diesen Geigenton: wie sauber poliertes Silber. Ein Bühnentechniker steuert den schwebenden Garrett durch den Saal, bei Timecode 00:44 senkt er ihn ab, bei 01:18 zieht er ihn wieder hoch, bei 01:44 lenkt er ihn in Richtung Publikum.

Für einen Moment zeichnen sich im hellen Licht die Seile ab, in denen Garrett festhängt.

Klassik-Charts 2012 1. David Garrett "Legacy" 2. Ludovico Einaudi "Islands" 3. David Garrett "Classic Romance" 4. Cecilia Bartoli/Diego Fasolis/I Barocchisti "Mission" 5. Wiener Philharmoniker/Mariss Jansons "Neujahrskonzert 2012" 6. Lang Lang "The Chopin Album" 7. Emmanuel Pahud "FlötenKönig: Friedrich der Große" 8. Hélène Grimaud/Sol Gabetta "Duo" 9. Lang Lang "Liszt - My Piano Hero" 10. Klaus Florian Vogt "Helden" Quelle: "Musikmarkt"

Geschichte des Klassikpop Als die Popmusik in den fünfziger Jahren gesellschaftsfähig wurde, zog sich die Klassik beleidigt zurück. Sie dachte, das geht vorüber, wie vieles an Bach, Beethoven und Co. vorübergegangen war. Als der Pop gesellschaftsfähig blieb und an kommerziellem Einfluss gewann, musste die Klassik handeln. Sie kaperte Geschäftsmodelle und Marketingstrategien - nicht ohne Erfolg. Der Pop wiederum, als er in die Jahre kam, begann im klassischen Repertoire zu wildern, schließlich wurden seine Hörer auch nicht jünger. So entwickelte sich, von zwei Seiten auf einmal, das Cross-over-Business. Jacques Loussier Bach verjazzt? Daran hatte schon der zehnjährige Jacques Spaß, und viele Familien danken es ihm in den Sechzigern, indem sie seine Musik am liebsten sonntagvormittags auflegen, um subversiv zu sein und sich den Kirchgang zu sparen. Bis 1999 verkaufen sich

die vier Alben des Play Bach Trio um Loussier über sechs Millionen Mal. Wie sagte Glenn Gould, der kanadische Pianistenkollege und Exzentriker? "Play Bach is a good way to play Bach." Anneliese Rothenberger Die Frau mit der Drei-Wetter-Taft-Betonfrisur lange vor Maggie Thatcher: In den Siebzigern ist Anneliese Rothenberger Dauergast auf westdeutschen Bildschirmen. Bei Galas und in eigenen Shows trällert die Sopranistin Schlager und Operettenmelodien und lässt fast vergessen, was für eine hochseriöse, hinreißende Künstlerin sie war, als Mozart- und Strauss-Interpreten zwischen Salzburg, Mailand und New York. Ohne ihre klassische Berühmtheit hätte sie es nie ins Fernsehen geschafft. Richard Clayderman Meister der Traum-Melodien! Blonder Märchenprinz am weißen Flügel! Frankreichs James Last! Als Erfinder der Ballade pour Adeline gibt Clayderman 1976 die späte Antwort auf Beethovens Für Elise. Generationen von Klavierschülern klimpern bald das eine, bald das andere und sind glücklich. Clayderman ist es sicher auch - bei 270 Goldenen und 70 Platin-Schallplatten. Nigel Kennedy Als Punk noch neu und aufregend ist, gelt sich der junge Brite die Haare hoch, bis er aussieht wie Grace Jones in blass, und stürmt 1989 mit einer ziemlich fetzigen Version von Vivaldis Vier Jahreszeiten die Konzertpodien. Heute heißt Kennedy nur noch Kennedy, ganz ohne Vornamen, trägt eher Irokesenschnitt und spielt von Jimi Hendrix bis Klezmer bis Jazz bis Zoltán Kodály eigentlich alles. Die Vier Jahreszeiten-Platte soll das meistverkaufte Klassikalbum aller Zeiten sein. Die Drei Tenöre O sole mio in den römischen Caracalla-Thermen zur Fußball-WM 1990: die Welt im Fieber, eine Milliarde Menschen vor den Fernsehern - und Plácido Domingo, José Carreras und Luciano Pavarotti in trauter Dreisamkeit. Mit diesem Abend verschmelzen die Ritter vom hohen C zur Marke "Die Drei Tenöre", bald beehren sie Olympiahallen und Fußballstadien. Das böse Schlagwort von der "Popularisierung der Klassik" macht die Runde, obwohl schon Enrico Caruso 1919 in Mexiko in einer Stierkampfarena aufgetreten ist. Andrea Bocelli Noch ein Tenor (Time to Say Goodbye): Bekannt wird der blinde Italiener, der mal Anwalt war, mit seinen Pop-Alben Bocelli (1995) und Romanza (1997). Insgesamt verkaufen sie sich über 80 Millionen Mal. Dabei

erweist sich Bocellis Handicap als wirkungsvolles Marketinginstrument, so makaber das klingt. Seit den Neunzigern konzentriert er sich aufs klassische Opernrepertoire. 2010 erhält er in Hollywood auf dem Walk of Fame den Stern mit der Nummer 2402. Vanessa-Mae 1995 steht die thailändisch-chinesisch-britische Geigerin mit klatschnassem Hemdchen bis zur Hüfte im Wasser und spielt auf ihrer weißen Geige Bachs Toccata und Fuge in d-Moll, hoffentlich unplugged. The Violin Player heißt ihr erstes Album. Wenn sie nicht gerade geigt, übt sie Skifahren: Bei den Olympischen Winterspielen 2014 möchte Mae für Thailand starten, in den Disziplinen Slalom und Riesenslalom. André Rieu Die TV-Kulisse von Schloss Schönbrunn ist so groß wie Schönbrunn selbst, und der davorsteht, könnte glatt als Johann Strauß Sohn durchgehen: Seit den Neunzigern ist der niederländische Geiger André Rieu das unternehmerische Schwergewicht im Cross-over-Geschäft. Auf seinen Tourneen ist alles dreifach vorhanden: Instrumente, Techniker, Kostüme - und Schloss Schönbrunn. Rieu selbst soll es allerdings nur einmal geben. CHRISTINE LEMKE-MATWEY

Fotos: Universal Music (o.); ©UA/Rue des Archives/Süddeutsche Zeitung Photo (u.l.); Röhnert/picture-alliance/dpa Fotos (v.l.n.r.): Drechsler/Fotex; Hessland/imago; Kohne/Star Press; Süddeutsche Zeitung Photo (u.) Fotos (v.l.n.r.): Brauer Photos; Viadata/imago ; Star Media/imago; Teutopress/Süddeutsche Zeitung Photo (u.)