

# Vom Plattenleger zum Millionär

Während die Musikbranche serbelt, boomt die elektronische Tanzmusik. Ein DJ kassiert für 90-Minuten-Auftritte nicht selten sechsstellige Beträge. Wie es der Schweizer DJ Antoine in diese Liga schaffte. **Von Katharina Bracher**



**DJ Antoine:** «Ich habe nie zu den Coolen gehört.» ( Zürich, 10. März 2016)

In manchen Nächten muss sich DJ Antoine vorkommen wie ein russischer Tanzbär. Zum Beispiel, als er vor ein paar Jahren nach Italien flog, um in einer römischen Villa an einem Geburtstagsfest aufzutreten. «Vor mir hatte Tiziano Ferro gespielt, dann war ich dran», erinnert sich Antoine.

Es muss eine merkwürdige Szenerie gewesen sein: Achtzehn festlich gekleidete Gäste sitzen an einer U-förmigen Tafel und sind mit Essen und Trinken beschäftigt. Vor ihnen, hinter einem Mischpult, steht Antoine mit dem Laptop und spielt die Musik ab, die er auf einem USB-Stick gespeichert hat. Dazu führt er alle Bewegungen vor, an denen man einen DJ erkennt: Regler rauf, Regler runter, Kopfhörer zwischen Schulter und Wange klemmen, mit den Armen rudern, über das Mischpult gebeugt den Hintern herumwerfen. Der Bass rüttelt an den Champagnerkelchen, boxt in die Mägen der Partygäste. Nach eineinhalb Stunden ist die Show vorbei. Und die Gage stimmt.

«Es war ein sechstelliger Betrag», resümiert Antoine. Genauer will er es nicht sagen. Man solle bitte nachschauen, was über seine Finanzen schon öffentlich sei. Er verdiene heute aber deutlich mehr als vor drei, vier Jahren, als man ihn noch für Partys von Automarken-, Designerkleider- und Pickel-Crèmes-Produzenten buchen konnte. Damals betrug seine Gage je nach Veranstalter zwischen 60 und 120 000 Franken pro Gig.

### Privat im Rolls

Zu sagen, DJ Antoine, alias Antoine Konrad, möge den grossen Auftritt, wäre etwas untertrieben. Hat er mehrere Engagements hintereinander in verschiedenen Ländern geplant, mietet er vorzugsweise einen Privatjet. Das sei einfach zuverlässiger, wenn man pünktlich zu den Gigs erscheinen wolle. Die Veranstalter müssen ihn vom Flughafen abholen. Und zwar nicht mit irgendeinem Mittelklassewagen, sondern mit einer Limousine. Seine Unterbringung, auch wenn es sich nur um eine Viertelstunde vor oder nach einem Auftritt handelt, muss luxuriös sein, das versteht sich von selbst. Privat fährt Antoine am liebsten Rolls-Royce, trinkt teuren Champagner und öffnet den Fotografen gerne die Türen zu seiner Villa im Baselbiet.

Nostalgisch wird der 40-jährige Antoine, wenn er von den Anfängen seines persönlichen Wirtschaftswunders spricht. Damals, es war 1999, verkaufte sich sein allererstes Album 17 000-mal, statt wie prognostiziert 1000-mal. Die Verkaufszahlen bei seinem zweiten Album waren doppelt so hoch. Zwei Stücke dieser CD seien seine eigenen Schöpfungen gewesen,

sagt er. Der Rest von Antoinettes Schaffen besteht, wie das bei allen grossen DJ der elektronischen Tanzmusik die Regel ist, aus Remixes. Das heisst: Die Musik setzt sich hauptsächlich aus Versatzstücken bestehender Werke, die repetitiv arrangiert werden, zusammen. *Content Curation*, wie sich das in der Marketingsprache des Internetzeitalters nennt: Einzelnes von Bestehendem neu zusammensetzen und im besten Fall zu einem marktfähigen Produkt veredeln. Im Fall von DJ, die auf diese Weise vorgehen, wird die ursprüngliche Musik verfremdet, teilweise ergänzt mit Sprechgesang und Instrumenten-Solos.

Wer mit dieser Methode Geld macht, muss die Rechte-Inhaber um Genehmigung ersuchen, das Stück verwenden zu dürfen, und willens sein, Lizenzgebühren zu entrichten. Seinen bisher grössten Hit hatte Antoine mit «Welcome to St-Tropez», für den er den Track eines russischen DJ verwendete. Spätestens nach seinem internationalen Durchbruch war die Aufmerksamkeit so gross, dass sich die grossen Major-Labels mit Forderungen meldeten. Seither kümmert sich ein Jurist um diese aufwendigere Seite des Geschäfts.

Anfang der nuller Jahre war das goldene Zeitalter der Musikbranche eigentlich vorbei. Aber Antoine surfte auf der grösser werdenden Bugwelle des Hypes um elektronische Tanzmusik. Derweil brachen in der ganzen Musikbranche die Erträge ein. Es schien paradox: Zwar wurde so viel Musik gehört wie nie zuvor. Doch herkömmliche Tonträger verkauften sich immer schlechter, während der unbezahlte Musikdownload über Tauschbörsen und Online-Streaming-Dienste im Internet stark zunahm.

Antoine sagt, für seine ersten drei Alben habe er fünf Franken pro CD eingenommen. Heute verdiene er an einer verkauften CD noch rund einen Drittel dieses Betrags. Was ungefähr dem Ertragsrückgang in der gesamten Musikbranche entspricht. Doch Antoine, der den britischen Unternehmer und Milliardär Richard Branson sein Vorbild nennt, wusste sich der neuen Realität schnell anzupassen.

Er war nicht der Einzige. Auch anderen DJ kam entgegen, dass die kommerzielle Partyszene Ende der 1990er, Anfang der nuller Jahre in allen grössten Städten Europas explodierte. Wurde Techno, House und Trance zuvor fast nur in Klubbkellern, leerstehenden Industriegebäuden und illegalen Open-Air-Partys gespielt, entdeckten nun grosse Konzertveranstalter die elektronische Musik und brachten die erfolgreichsten DJ aus der lichtscheuen Subkultur auf die grossen Bühnen. Partys in Lokalitäten, in denen bisher nur Bands aufgetreten waren, waren genauso schnell ausverkauft wie Rockkonzerte. DJ wie der

Deutsche Sven Väth oder der Niederländer Tiësto eroberten bald auch die Bühnen der Open Airs.

Die Zahl der Festivals für elektronische Musik hat seit den nuller Jahren stark zugenommen. Zu den bekanntesten gehören das Awakenings in den Niederlanden, das Eastern Electric Festival in Hatfield (GB) oder das Mannheimer Time-Warp-Festival. Alle drei Veranstaltungen ziehen heute so viele Besucher an wie Rockkonzerte. Die meisten Besucher verzeichnet das belgische Festival Tomorrowland mit fast 400 000 Personen. Das Paléo Festival in Nyon, mit seinem gemischten Programm aus Pop, Rock und elektronischer Musik das grösste Festival der Schweiz, zog in den letzten Jahren jeweils um die 250 000 Besucher an.

### Pickel-Crème-Firma

Entscheidender für den Aufstieg des DJ ist jedoch etwas anderes. In den nuller Jahren entdeckten internationale Multis die Partyszene und DJ als Werbe-Vehikel. Junge, hippe Werbeagenturen empfahlen ihren Kunden, Events mit grossen DJ zu finanzieren. Und so kam es, dass DJ Antoine im Namen einer Pickel-Crème-Firma auftrat und den Wandel vom Untergrund-DJ, der er zu Beginn seiner Karriere tatsächlich war, zum Alleinunterhalter für pubertierende Partygänger vollzog, einen Wandel, den er sich nach eigenen Angaben mit bis zu 120 000 Franken pro Auftritt vergolden liess.

Nach einigen Jahren nahm das Interesse an dieser Art der Werbung wieder etwas ab. «Ich spürte die Verunsicherung der Agenturen», sagt Antoine. Er konzentrierte sich auf seine eigenen Projekte, was soviel heisst wie: Hits produzieren und «schauen, dass die Agenda voll ist». Er suchte sein Publikum nun bewusst international, profitierte von den Beziehungen zu Künstlern und Veranstaltern, die er während Jahren aufgebaut hatte. Und irgendwann war die Agenda voll. Es begann die Zeit, in der Antoine mit dem Privatjet zu seinen Sets und zurück in die Schweiz pendelte. Mit seinem frühen Ausstieg aus den Events bewies Antoine den richtigen Riecher. Denn mit dem Beginn der Finanzkrise schrumpften die Werbebudgets der Multis zunehmend. Antoine ist heute der erfolgreichste DJ der Schweiz.

Doch während Antoine noch verhältnismässig kleine Brötchen buk, hatte sein französischer DJ-Kollege David Guetta bereits entdeckt, wie man mit dem Abmischen von elektronischer Musik ein Vermögen verdient. Der DJ und House-Produzent verkaufte bereits sein allererstes Studioalbum über 250 000-mal. «Damals konnte man ihn noch für etwas über 1000 Franken buchen», sagt ein



Schweizer Partyveranstalter. Das war, bevor die Amerikaner vor ein paar Jahren das Marktpotenzial der europäischen Electronica-Szene entdeckten. Seither kostete ein DJ vom Zuschnitt David Guettas einen sechsstelligen Betrag pro Auftritt von ein- einhalb Stunden.

Besonders bemerkenswert ist der Stellenwert, welchen Star-DJ etwa in der Gambler-Stadt Las Vegas haben. Der «New Yorker» ging schon 2013 davon aus, dass einige der grössten Hotels in Las Vegas mittlerweile mehr Umsatz machten mit den Partys in ihren Nachtclubs als mit der Armada von einarmigen Banditen, an denen bedauernswerte Mittelstandsseelen jeden Tag ihr gesamtes Einkommen verspielen. Heute verdient David Guetta laut Forbes-Rangliste «Electronic Cash Kings» 37 Millionen Dollar jährlich. Und zwar nicht nur aufgrund seiner mehr als 8 Millionen Alben, die er verkauft hat, sondern vorwiegend wegen seiner Live-Auftritte. 2015 spielte er an dreissig Shows in Las Vegas und legte einmal wöchentlich in seinem Stammklub in Ibiza auf. So wird auch klar, wer Antoine dazu inspiriert haben könnte, mit dem Privatjet zur Arbeit zu fliegen. Denn so ein Pensum ist mit Linienflügen kaum zu schaffen.

### Taylor Swift

Der Betreiber von «Wynn Resorts» in Las Vegas hatte letztes Jahr sieben DJ von der Forbes-Bestverdienerliste im Programm. Darunter David Guetta, der niederländische EDM-DJ Tiësto und Calvin Harris. Der 32-jährige Schotte Calvin Harris ist der unangefochtene Cash-König unter den DJ. Er besetzt mit seinem Einkommen von 66 Millionen jährlich den Spitzenplatz der Forbes-Liste.

Auch bei DJ-Star Harris zeigt sich eine Parallele zu Antoine: Er macht nicht in erster Linie Musik, sondern alles zu Geld, was sich zu Geld machen lässt. Es wäre hier eine eigene Luxusunterwäsche-Linie zu nennen, mit Unterhosen, die Harris nach seinem eigenen Gusto gestaltet haben soll. Eine andere Sache sind die exklusiven Rechte für ein Interview mit ihm und der derzeitigen Dame seines Herzens, der Sängerin Taylor Swift: Macht schlappe 50 000 Dollar. Für ein Interview, in dem keine Fragen zu Ex-Be-

«Auch bei Star-DJ Harris zeigt sich eine Parallele zu Antoine: Er macht nicht in erster Linie Musik, sondern Geld.»

ziehungen gestellt werden dürfen. Dass exklusiv Bilder extra kosten, verstehe sich von selbst. Als Katalysator seines Erfolgs wirkt die Zusammenarbeit mit Stars wie Gwen Stefani und Big Sean. Kooperationen mit Pop-Künstlern sind mittlerweile ein wichtiger Bestandteil jeder kommerziellen DJ-Erfolgsstrategie, auch jener von Antoine, der schon mit dem Rapper Snoop Dog und dem DJ-Kollegen Bob Sinclair zusammengearbeitet hat.

Die Amerikaner nannten den mittlerweile am Massengeschmack abgeschliffenen Sound *Electronic Dance Music*, kurz EDM. «Elektronische Pop-Musik, die nur auf billige Effekthascherei aus ist», sagt Szenekenner Alex Flach. Er macht Medienarbeit für verschiedene Zürcher Klubs und gehört zu den vielen Zürcher Branchenvertretern, deren Augäpfel reflexartig in den Höhlen rollen, wenn sie den Namen von DJ Antoine hören. Aber er ist einer der wenigen, die auch öffentlich zur teilweise harten Stilkritik stehen.

Der Sound von DJ Antoine, findet Flach, klinge etwa so anspruchsvoll und überraschend wie ein Song des deutschen Achtziger-Jahre Pop-Wunders «Modern Talking». Antoine vermarkte ausschliesslich sich selber, das sei die Methode der gesamten EDM-Branche. Sie konzentrierte sich auf Live-Auftritte mit Knalleffekten: Lasershows, Champagnerduschen, Give-aways. Tatsächlich wirft Antoine gerne mal Sonnenbrillen mit seinem Logo ins Publikum. Antoine setzt auf konsequente Kommerzialisierung, zum Beispiel, in dem er in seinen Videos grossen Spirituosemarken zu einem Auftritt verhilft.

Leute aus der Branche haben hingegen Zweifel, ob es Antoine finanziell tatsächlich so astronomisch gut läuft. So hoch könnten seine Gagen nicht sein, meinen Partyveranstalter, Produzenten und Konkurrenten. Auch Flach ist skeptisch. 200 000 Franken, so Antoine, soll die Produktion seines neusten Albums gekostet haben. Damit habe er die Kosten für das Black-Rock-Studio auf der griechischen Insel Santorini und alle Künstler, die am Album mitgearbeitet hätten, bezahlt. Im Black-Rock-Studio, einer Art Luxushotelbetrieb mit Tonstudio, produzierten unter anderem schon Justin Bieber und der deutsche Rapper Sido ihre Alben. Fünfzig Tracks hätten er und seine Crew in Santorini aufgenommen, sagt Antoine, siebzehn hätten es ins neue Album geschafft. Insgesamt habe er 300 000 Franken in das neue Album investiert.

«Da kann etwas nicht stimmen», sagt Flach. Prinzipiell könne man mit ein paar tausend Franken ein Album produzieren. Alles andere seien unnötige Extras. Die Diskussionen darüber, wie viel die Produktion eines Musik-

## Mit 19 schon reich

Der jüngste und bestverdienende DJ der EDM-Szene (*Electronic Dance Music*) ist nur gerade 19 Jahre alt. Martin Garrix aus den Niederlanden belegt Platz 8 der Forbes-Liste «Electronic Cash Kings» und verdient laut Schätzungen 17 Millionen Dollar im Jahr. Fast viermal so viel macht der erstplacierte Calvin Harris (32) mit 66 Millionen Dollar jährlich, mit Abstand vor dem Franzosen David Guetta, der 37 Millionen Dollar einnehmen soll. Mit 48 Jahren ist Guetta schon ein Senior der Szene. Auf Platz 3 folgt Tiësto aus den Niederlanden, auch er mit 47 Jahren schon fast zwanzig Jahre im Party-Geschäft. Von DJ Antoine ist nicht bekannt, wie viel er im letzten Jahr eingenommen hat. Laut Medienberichten von 2014 soll sein Vermögen 8 Millionen Schweizerfranken betragen. (brk.)

albums koste, kreisen nicht nur oft um Statusfragen, sie sind vor allem auch endlos. Nirvana etwa realisierte ihr erstes erfolgreiches Album, «Bleach», lediglich mit 1000 US-Dollar Produktionskosten.

Dass Antoine für seine Gigs sechsstellige Gagen verlangen kann, zweifelt man jedoch nur in Zürich an. Wer sich bei international tätigen Agenturen und Veranstaltern umhört, erhält einen anderen Eindruck. «Auf solche Beträge kommt man heute in Deutschland, aber auch in den besten Klubs von Ibiza locker», sagt der Partyveranstalter Sidney Späth. Seine Partyreihe «Jet Club» hat Kultstatus, nicht nur in den bekanntesten Klubs Deutschlands, sondern auch auf Ibiza. An manchen Wochenenden gebe es mehr Partys als DJ. Zum Beispiel an Silvester oder Weihnachten. «Da steigen die Gagen ins Astronomische», sagt der 41-Jährige, der selbst in den unterschiedlichsten Ländern weltweit auflegt. Darunter Peru und Ägypten.

### Wirf deine Arme in die Luft

Die Frage, welche die Macher und Kuratoren der elektronischen Musik heute spaltet, ist hingegen mehr eine stilistische als eine finanzielle. Der Disput wird in Fachmedien und Internetforen mit heiligem Ernst ausgetragen. «Wenn mir einer sagt: (Spiel jetzt bitte mal *The time of my life* von den Black Eyed Peas und wirf deine Arme in die Luft), dann kann ich das nicht», sagt etwa Carl Cox, DJ-Urgrossvater und House-Produzent der ersten Stunde. Auch Paul Kalkbrenner, DJ für Anspruchsvolle, sagt über EDM: «Ich bin froh, dass meine Agentur mich weit von diesem Kram wegpositioniert. Mit Tortenschlachten und Goldregen habe ich nichts zu tun.» Das Publikum wolle heute vorhersehbares, mittelmässiges Entertainment, klagen DJ, die sich als Macher verstehen. Regelrecht ausgetickt ist DJ Oliver Koletzki, als er letzten Sommer unter dem Hashtag *#fuckedm* auf Instagram eine Hasspredigt verbreitete. Neben der musikalischen Monotonie prangerte er vor allem die Gier amerikanischer Unternehmen an.

Altmeister Cox zählt sich zu den Anhängern des *Turntablism*, wie er es nennt. Man könnte das Wort mit «Schallplattismus» übersetzen. Es bedeutet, dass Cox noch mit Vinyl und Nadel arbeitet. Er mischt Funk, Soul und House auf einem alten Drum-Computer. «Sollte ich diese Arbeit verdrummen lassen zur Idee, einfach einen Knopf zu drücken?»

Derlei Fragen treiben Antoine nicht gross um. «Ich habe nie zu den Coolen gehört», sagt er schlicht. Den stilistischen Diskussionen der Branche zum Trotz: Die Agenda des Uncoolen bleibt voll. Die Taufe seines neuen Albums findet am 8. April im Zürcher Klub Plaza statt.