

**HEYNE
HARD
CORE**

ZUM BUCH

England in den späten 90er-Jahren. Steven Stelfox ist als A & R-Manager für eine große Plattenfirma tätig. Um Erfolg zu haben, schreckt Steven vor nichts zurück. Er lügt, betrügt und schleppt sich, unterstützt von jeder Menge legaler und illegaler Drogen, durch den Tag. Für ihn zählt nur der schnelle Hit, Musik an sich interessiert ihn nicht weiter. Jahrelang mogelt er sich in allseits tolerierter Freibier-für-alle-Manier durch den Arbeitsalltag. Doch die Zeiten ändern sich. Im Zeitalter von New Labour droht sich im Musikbusiness eine neue Generation mit einer Arbeitsmoral durchzusetzen, die zumindest vordergründig auf harter Arbeit und Integrität beruht. Steven belächelt zunächst die neue Order, doch als er seine Stellung innerhalb der Firma gefährdet sieht und zunehmend unter Erfolgsdruck gerät, greift er zu radikalen Mitteln. Eiskalt erschlägt er einen seiner ehrgeizigen Kollegen. Damit beginnt eine Orgie der Zerstörung, die ihn in immer tiefere Abgründe stürzt.

In der Tradition von Bret Easton Ellis' *American Psycho* und *Gierig* von Martin Amis gelingt John Niven eine brillante und scharfsichtige Satire auf die Maßlosigkeit und selbstverliebte Scheinwelt der Musikindustrie in all ihren Facetten.

ZUM AUTOR

John Niven, geboren in Ayrshire im Südwesten Schottlands, arbeitete selbst mehrere Jahre als A & R-Manager einer Plattenfirma, bevor er sich 2002 dem Schreiben widmete. Seine Artikel erschienen in Magazinen wie *FHM*, *Q*, *Word*, *Socialism* oder *GolfPunk*. Sein erstes Buch, die halb fiktionale Novelle *Music from big pink* über Bob Dylan und The Band in Woodstock in den späten Sechzigern, erschien 2006. Die Filmrechte wurden an CC Films verkauft. John Niven schreibt Drehbücher und arbeitet bereits an einem neuen Roman. Der Autor lebt derzeit in Buckinghamshire, England.

John Niven

**KILL
YOUR
FRIENDS**

Roman

Aus dem Englischen
von Stephan Glietsch

WILHELM HEYNE VERLAG
MÜNCHEN

Die Originalausgabe

KILL YOUR FRIENDS

erschien 2008 bei William Heinemann, London



Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100

Das für dieses Buch verwendete

FSC-zertifizierte Papier *München Super*

liefert Mochenwangen Papier.

Redaktion: Tim Jürgens

Vollständige deutsche Erstausgabe 03/2008

Copyright © John Niven 2008

Copyright © 2008 by Wilhelm Heyne Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH

Printed in Germany 2008

Umschlagillustration und Umschlaggestaltung:

© Hauptmann & Kompanie Werbeagentur, München - Zürich

Lektorat: Markus Naegele

Satz: C. Schaber Datentechnik, Wels

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN: 978-3-453-67544-5

www.heyne-hardcore.de

»Das Musikgeschäft ist eine grausame und hirnlose Geldkloake, ein langer Korridor aus Plastik, in dem Diebe und Zuhälter tun und lassen, was sie wollen, und gute Menschen vor die Hunde gehen. Im Übrigen hat es auch eine negative Seite.«

HUNTER S. THOMPSON

Januar

Die Alben von Kula Shaker und Jamiroquai haben beide Doppelplatin-Status erreicht +++ Warner Brothers dominieren den Plattenhandel mit einem Marktanteil von 18,4 Prozent +++ »Say What You Want« von Texas ist die Platte mit den meisten Radioeinsätzen in der Geschichte des Landes +++ The Peadillos und Embrace sind die angesagten neuen Bands +++ Letztes Jahr hat die britische Musikindustrie erstmals über eine Milliarde Pfund eingenommen +++ Das neue Album von Gene heißt *Drawn To The Deep End*. Polydor A & R Director Paul Adams sagt: »Ich habe die große Hoffnung, dass ihnen mit dieser Platte der Durchbruch gelingt.«

*»A & R (Artist and Repertoire): die für die
Entdeckung und Pflege neuer Talente zuständige
Sparte der Musikindustrie.«*

Ich rauche und blicke aus meinem Bürofenster, während mir ein Typ, irgendein Manager, am Telefon das Ohr abkaut. Fünf Stockwerke unter mir lungert eine Gruppe schwarzer Jungs – vermutlich eine Band – auf dem Parkplatz rum. Das Glas ist getönt, honiggelb, und sie können mich nicht sehen.

Draußen bläst ein eisiger Winter, und ihr kondensierter Atem verbindet sich mit dem Rauch der Spliffs, die kreisen. Sie sind von einer dichten bleigrauen Wolke umhüllt.

Hinter ihnen, die Themse hoch, an der Hammersmith Bridge, hängt ein gigantisches Plakat dieses Labour-Heinis, Tony Blair. Dort, wo seine Augen sein müssten, brennen aus einem Schlitz, den jemand quer durch das Gesicht gerissen hat, ein Paar rote Augen – höllische, dämonische Augen – aus dem Plakat heraus.

Unten auf dem Parkplatz lehnt sich gerade einer der Jungs an meinen Wagen, die Hände in den Taschen und seinen Rücken gegen den silbernen Saab gestützt, als wäre er die Theke seines angestammten Kentucky Fried Chicken. Ich behalte ihn im Auge, während meine Gedanken zurück zu der Stimme am Telefon wandern. Sie sagt Sachen wie:

»Und EMI, Virgin und Chrysalis. Warner Chapell machen das Publishing, und sie haben, nun, ich sollte das jetzt nicht sagen, aber ...«

Erzähl mir nicht, sie hätten eine fette TV-Werbekampagne zugesichert!

»Sie haben eine fette TV-Werbekampagne so gut wie zugesichert.«

»Wow«, sage ich völlig ausdruckslos.

»Aber du weißt, wir stehen auf dich«, sagt der Kretin.

»Ja, ist gut, schick's rüber.«

»Es ist ein Rough-Mix. Sieh zu, dass es niemand sonst zu hören bekommt.«

»Na klar.«

»Prima, mach's gut, Steven.«

»Ciao.« Ich überlege einen Moment. »Alter.«

Als ich auflege, kommt Rebecca herein. Es ist kurz vor elf, für uns also fast noch Morgengrauen. »Guten Morgen«, sagt sie, während sie einen Paken Post auf den Beistelltisch, neben einen Stapel mit Demotapes von neuen Bands – Cuff, Fling, Santa Cruz, Magic Drive, Montrose Avenue – legt, die mir Warren, einer der Scouts, zum Durchhören dagelassen hat.

»Rebecca«, sage ich, ohne mich vom Fenster wegzudrehen.

»Mmmm?«

»Was immer du gerade machst, könntest du bitte damit aufhören, die Treppe runterzurennen und dafür sorgen, dass die Security diesen verfuckten Riesenbimbo von meinem Wagen entfernt.« Sie kreischt, als wäre sie entsetzt, und kommt zu mir ans Fenster.

»Oh Gott, was in aller Welt ist das für ein Haufen?«, sagt sie und kaut auf einer Strähne ihres dünnen, blonden Haars.

»Weiß der Teufel, möglicherweise ein geplantes Signing von Schneider. Der Jude benutzt den schwarzen Mann als Waffe, Rebecca. Gegen uns.«

»Du bist wirklich *furchtbar*.« Sie schubst mich mit dem Ellbogen, als sie sich zur Tür wendet, erfreut darüber, dass ich so guter Laune bin.

»Da ist deine Post. Vergiss nicht, dass du um zwölf ein Business-Affairs-Meeting hast.« Rebecca ist groß, mit vollen puterrotten Lippen. Tolle Beine. Anständiger Vorbau. Aber ihr Gesicht beginnt zu vergehen – kleine Krähenfüße um die Augen, Furchen in den Mundwinkeln. Sie ist ein paar Jahre älter als ich, entsetzlich alleinstehend und geht gefährlich auf die Dreißig zu. Sie muss das in den Griff kriegen, und das weiß sie. Heute trägt sie einen karierten Schotten-Mini, höchstens dreißig Zentimeter lang, Turnschuhe und ein enges schwarzes T-Shirt, auf dem »Whore« steht, geschrieben mit kleinen, diamantenen Nieten. Wie allen Mädels, die hier arbeiten – abgesehen von Nicky, unserer Head of International, die so hässlich ist, dass es mich schon rasend macht, mit ihr in einem Raum zu sein –, sind Rebecca die nuttigen Klamotten wie auf den Leib geschneidert.

»Rebecca«, sage ich, als sie nach der Türklinke greift.

»Mmmm?«, sagt sie und dreht sich herum.

»Das Hotel?« Ich bin nächste Woche in Cannes bei der MIDEM. Je nachdem, wem ich glauben soll, hat es entweder Rebecca oder unser nichtsnutziges Reisebüro verweigert, mir ein angemessenes Hotel zu buchen.

»Ich bin dran, Steven. Entspann dich.« Sie wendet sich ab, um zu gehen.

Ich glaube ihr. Weil Rebecca es liebt, wie die meisten Mädchen, Dinge für einen zu organisieren. Sie ist erst dann

richtig glücklich, wenn sie das Reisebüro auf der einen Leitung, British Airways auf der anderen und Ausgaben von *The World's Great Hotels*, *Zagat* und *Harden's* vor sich auf dem Schreibtisch ausgebreitet hat. Mir ist es ziemlich suspekt, dass sie es genießt, diese Trips für mich zu planen, denn sie spielt weder eine Rolle darin, noch profitiert sie auch nur im Geringsten davon. Etwas zu planen, von dem man nichts hat, ist mir unbegreiflich. Vermutlich ist es eine Eigenart des weiblichen Gehirns, Vergnügen aus dem Wissen zu ziehen, dass der Flug rechtzeitig für die Reservierung im Restaurant ankommt und das Hotel pompös und extraordinär sein wird.

»Und, Rebecca?« Sie dreht sich nochmals um, unterdrückt ein Seufzen.

»Du siehst heute gut aus.« Zuckerbrot und Peitsche.

»Danke«, erwidert sie schüchtern lächelnd. So schüchtern wie ein Mädchen eben lächelt, dass letztes Jahr Minimum dreißig Schwänze gelutscht hat. »Du auch.«

Womit sie nicht falsch liegt. Ich habe gerade einen Monat Urlaub hinter mir – Thailand, Vietnam, Australien –, und bis auf das verflixte Weiße in den Augen bin ich rundum gebräunt. Ich trage einen schwarzen Kaschmir-Sweater mit V-Ausschnitt, schwarze Jeans und schwarze Wildleder-Mokassins. Alles brandneu, noch ungetragen.

Sie geht, und ich überfliege meine Post – größtenteils wächserne, gepolsterte Versandtaschen mit Demotapes. Dabei verspüre ich, wie so oft, diese aufkommende Wut als Reaktion auf die Verballhornungen meines Namens. Etwa *Stalefox* oder *Stellfax*, ein Mongoloider hat sich tatsächlich zu *Stellarfox* verstiegen. Mein Name lautet Stelfox. Steven Stelfox. Anschließend mache ich es mir mit der

neuen Ausgabe der *Music Week* gemütlich. Einer der Mitarbeiter dort ist gestorben. Herzinfarkt mit 32. Übel. Richtig scheißübel.

Während ich blättere, beginnt der Boden zu beben, konzentrische Ringe schwappen im schwarzen Kaffee, und ich blicke gerade noch rechtzeitig auf, um zu sehen wie Waters hinter der Glaswand, die mein Büro vom Rest der Etage abtrennt, entlangtapst. Das ist ein Typ, Waters. Gute einsneunzig bei zweihundertdreißig Pfund. Er umklammert ein Blatt Papier und versucht, in dem haarsträubenden Bemühen seinen kolossalen Kater zu verschleiern, entschlossen zu wirken. Er ist rotgesichtig, sackäugig, und seine Stirn ist von Schweißperlen übersät. Egal, was er tut, ob er eine Kassette aufhebt, eine Telefonnummer wählt – bei Waters bricht sofort der schmuddelige Vergewaltigerschweiß aus. Kraftlos hebt er die Hand und spreizt Zeige- und kleinen Finger seiner gigantischen linken Pranke zum obligatorischen Teufelsgruß. Wie beim Brontosaurus wird seine riesenhafte Gestalt von einem Gehirn mit den Maßen einer Weintraube versorgt, und ausgerechnet dieses Traubengehirn, ohnehin kein allzu dynamisches Ausgangsmaterial, wurde über Jahre durch chronischen Koksmisbrauch weiter entkernt. Ich nicke ihm ein aufgesetzt geschäftsmäßiges »Hallo« zu, bloß um ein wenig auf seiner Verspätung herumzureiten, und greife mir die Fernbedienung.

Ich schaue etwas VH1 – Blur, Radiohead, Oasis und die Brand New Heavies – und will bereits abschalten, als sie eine kleine Vorschau auf die kommenden Brit Awards zeigen. Angekündigt sind Dodgy, The Chemical Brothers, The Prodigy, Longpigs, Mansun. Ich zünde mir eine weitere Zigarette an und verfolge ein Interview mit Ellie Crush. »Ja, klar«,

sagt sie, »ich weiß, dass es da draußen Leute gibt, die glauben, dass eine Frau all den Kram, den ich mache, gar nicht machen kann. Dass sie eine Puppe ist. Klar. Aber weißt du, ich bin hier, schreibe Texte und checke die Arrangements und mache überhaupt alles. Klar? Meine Songs kommen von ganz tief *hier* drinnen.« Sie presst inbrünstig eine Hand auf ihr Herz.

Crush, nominiert als bester Newcomer, ist eine Einundzwanzigjährige aus East-London, die von Parker-Hall drüben bei der EMI unter Vertrag genommen wurde. Ihr von der Kritik hochgelobtes Debütalbum wurde letztes Frühjahr veröffentlicht und stieg auf Platz 63 in die Charts ein. Und, glücklicherweise, sah es erst ganz danach aus, als wär's das auch schon gewesen. Game over. Aus die Maus. Dann, schrittweise, entsetzlich, begann sich das Album zu verkaufen. Mund-zu-Mund-Propaganda. Mit einem Mal fand sich eine Single auf der Playlist von Radio One, und das Album ging Gold. Ich möchte gar nicht erst darüber nachdenken, zu was sich diese beschissene Sache noch entwickelt, was aus Parker-Hall wird, sollte Crush tatsächlich zum besten Newcomer gekürt werden. Ich mache eine Notiz in meiner »To do«-Liste, alsbald dem Ficker einen Kumpelanruf zu verpassen.

»Denn das ist es doch, worum es geht«, sagt Crush dem Interviewer. »*Integrität*. Klar?« Ich drehe die Lautstärke runter, als sie dazu übergeht, die Reglementierung von Schusswaffenbesitz oder so was zu diskutieren.

Schon interessant. Ich erinnere mich noch gut, wie ich auf ihrer Signing-Party vor einem Jahr war und jemand in ihrer Gegenwart die Phrase »künstlerische Integrität« benutzte. Sie zog die Brauen zusammen und fragte ihren

Manager – nicht rhetorisch –: »Was'n *Integrität*?« Im Ernst, wir reden hier von einem Mädchen, das kaum lesen kann. Ein Mädchen, das noch vor zwölf popeligen Monaten den geronnenen Schweiß vom pickligen Sack eines Penners gelutscht hätte, um einen Plattenvertrag zu ergattern. Und jetzt redet die hier von »Integrität« und Gott weiß was für einen Nonsens. Wenn sie keine Platten verkaufen – ist es ein Albtraum. Wenn sie viele Platten verkaufen – ist es ein völlig anderer Albtraum. Weil diese Deppen, diese Handelsvertreter mit Hauptschulabschluss, diese Missgeburten mit ihren gähnend leeren Hohlbirnen, dann urplötzlich meinen, die Tatsache, dass ein paar Hunderttausend Mitglieder der bedeutsamen großbritischen Öffentlichkeit (ja klar, diese *Tiere*) Gefallen an ihren Liedchen finden und auf irgendeinem primitiven Level auf ihre Knittelverse reagieren, bedeute, sie hätten vom *Financial Times*-Aktienindex bis zum Friedensprozess im Nahen Osten zu allem etwas von unermesslichem Wert beizutragen. Wenn sie also das nächste Mal eine Mercury Music Prize/Brit Award/Grammy-nominierte Diva dabei erwischen, wie sie die komplette »Ich bin eine starke, unabhängige Frau mit interessanten Ideen«-Nummer abzieht, erinnern sie sich daran: Es ist nur einer winzigen Laune des Schicksals, einem deliriösen Aufbäumen eines glücklichen Zufalls, dem allerunwahrscheinlichsten aller Wunder zu verdanken, dass ihre großen Reden nicht in den Worten »Tut mir leid, mein Herr, aber diese Kasse schließt gerade« oder »Anal macht zwanzig Piepen extra, Mister« münden.

Es wird gemunkelt, die Ellie-Crush-Platte würde in Amerika durchstarten. Sollte dem so sein, wäre es durchaus vorstellbar, dass dort Millionen Einheiten verkauft werden,

eher noch als die paar Hunderttausend, die es bräuchte, damit die Platte hier als halbwegs erfolgreich gelten darf.

Ich weiß, dass Parker-Hall zwei Prozentpunkte pro Album kriegt, weil ich seinen Anwalt auf einer Weihnachts-party abgefüllt habe. Wenn die Platte in Amerika ordentlich läuft, dürfte Parker-Hall mit ziemlicher Wahrscheinlichkeit Millionär werden. Er ist fünfundzwanzig. Zwei Jahre jünger als ich. Mir die Möglichkeit seines Erfolgs einzugestehen, mir das überhaupt nur vorzustellen, macht mich fertig. Mir wird schwarz vor Augen. Und kotzübel.

Ich versuche, an etwas anderes zu denken, mich abzulenken, indem ich eine weitere Zigarette rauche und ein paar Spesenabrechnungen mache. Dabei stelle ich einigermaßen überrascht fest, dass ich im Dezember beinahe zweitausend Pfund für »Unterhaltung« ausgegeben habe.

Tatsächlich ist es nicht ganz richtig zu sagen, ich würde an *etwas* denken oder gar an *etwas Konkretes*, zumindest nicht für länger. Im Inneren meines Kopfes verhält es sich nämlich so: Stellen Sie sich einen riesigen Wall aus Bildschirmen vor, Dutzende davon, die bis hoch in den Himmel aufragen, wie man sie aus der *Mission Control* bei der NASA kennt. Ganz gleich zu welcher Uhrzeit, zeigen viele von ihnen einfach Hardcore-Pornos: Wälle über Wälle mit Close-ups – einige davon so nah, dass sie bis zur völligen Bildauflösung verpixelt sind – zeigen beunruhigend große Schwänze in einem unendlichen Mösenslalom, schreiend grelle Dildos, die wundgescheuerte Rosetten penetrieren, steif und gebieterisch durch gut geschmierte Brüste gleitende Schwänze. Auf anderen Monitoren läuft Finanzkram: Grafiken der Londoner Immobilienpreise, brüllende Parkett Händler in Blazern, Tortendiagramme von Musikindustrie-

Marktanteilen, aufeinandergestapelte Geldbündel, Bilanzen, rote Zahlen, schwarze Zahlen, gewinnbringende Acts, verlustbringende Acts. Ein paar Bildschirme zeigen Bands und Sänger: Acts, die ich in der Vergangenheit unter Vertrag genommen habe, neue Acts, die wir unter Vertrag nehmen wollen, und erfolgreiche Acts, die ich unter Vertrag nehmen wollte, aber nicht habe (die quälendsten Bilder). Eine kleine Reihe weit entfernter Monitore, ganz oben in einer stauartigen Ecke, zeigen wahllos Filmmaterial von Kollegen und Rivalen, die einer barocken Folter unterzogen werden.

In meinem Kopf gibt es auch Menschen: Techniker mit kurzärmeligen Hemden, Kulis in den Brusttaschen, den kleinen Headsets und Styroporkaffeebechern. Sie sitzen mit hängenden Lefzen vor den Monitoren. Sie sind nicht erfreut über das, was sie dort sehen, weil ihnen bewusst ist, dass es nicht gut ist. Aber sie scheinen nichts dagegen unternehmen zu können. Sie rennen herum und schreien sich gegenseitig an. Sie drängeln sich beunruhigt um blinkende Computer. Sie schütteln ihre Köpfe über wahnwitzige Endlosschlangen von Ausdrucken und murmeln »Zum Teufel, das kann doch nicht wahr sein«, aber die Monitore sprechen eine unmissverständliche Sprache.

So fühlt es sich da drin an – als gäbe es eine Mission, aber keine Kontrolle.

Bevor ich zum Meeting gehe, nehme ich meine Taschenbuchausgabe von *Unleash Your Monster* des amerikanischen Selbsthilfegurus Dr. David S. Hauptman und schlage sie irgendwo auf: *»In jedem Zeitalter werden Männer geboren, die in ihren Herzen, in der Schwärze ihres Blutes, Krieger sind. Aber für die meisten von uns gibt es keine Kriege mehr, um darin zu kämpfen. Was sollen sie also tun, diese Männer?«*

Beim Verlassen des Büros höre ich den Lärm einer Feier – Sektkorken knallen, Gelächter – aus der Buchhaltung am Ende des Flurs: »Über was freuen sich diese Clowns bloß so affig?«, frage ich Rebecca.

»Oh, Rick hat gerade erfahren, dass er Papa wird«, sagt sie aufgekratzt, und ich realisiere, dass sie sich aufrichtig für ihn freut.

Das erstaunt mich aus zwei Gründen: 1. Woher kommt diese echte Freude über das Glück eines anderen, an dem du keinerlei Anteil hast, und 2., warum feiert dieser Kerl die Tatsache, dass er einen Schlusstrich unter sein Leben ziehen kann? Da könnte er genauso gut aus der Arztpraxis stürmen und fröhlich quiekend mit dem positiven Krebsbefund herumwedeln. Der Gedanke an Kinder macht mich krank. Die Vorstellung, selbst eins zu haben ... Wenn man diese Typen im Supermarkt sieht, wie sie den Kinderwagen durch die Gegend schieben, während ihre Blagen greinen und betteln und die missratene Brut sie bei jedem kleinen Gegenstand, den sie aus den Regalen nehmen, mit nervtötenden Fragen löchert. Ich meine, allein diese verflixte Idee, das bloße Wort *Familie*. Wann immer ich es sehe, in Reisebroschüren (Familienurlaub, Familienzimmer) und in Programmheften, wird mir übel.

Außerdem denke ich – Rick? Wer zum Teufel ist Rick aus der Buchhaltung?

Das ist *mein* Job: Ich höre mir Musik an – Sänger, Bands, Songwriter – und entscheide, welche eine reelle Chance auf kommerziellen Erfolg haben. Dann kümmere ich mich darum, dass ihre Musik angemessen aufgenommen wird, und wir, die Plattenfirma, verkaufen sie schließlich an euch, die

Öffentlichkeit. Klingt ganz einfach in deinen Ohren? Fick dich ins Knie – du würdest es keine zehn Minuten überleben.

Nicht, dass ich eine fehlerlose Erfolgsbilanz vorweisen könnte. Niemand kann das. Aber ich bin verdammt noch mal gut. Im Schnitt liege ich nur in acht oder neun von zehn Fällen falsch. Das soll heißen, wenn man mir zehn neue Bands vorspielt, werde ich vermutlich ohne zu zögern drei oder vier Acts ablehnen, die anschließend außerordentlichen Erfolg haben. Ich habe Demotapes von Bands, die heute Megastars sind, quer durch den Raum gefeuert, Bands, deren Platten du besitzt, während mir vor Lachen die Tränen das Gesicht herunterliefen. Ich habe Untergebene beschimpft und beleidigt, weil sie die Unverfrorenheit besaßen, mir Tracks vorzuspielen, deren spätere Verkäufe in die Millionen gingen.

Es ist höchst wahrscheinlich, dass ich drei oder vier Tracks abfeiern werde, die eindeutige, hundertprozentige Rohrkrepiere sind. Wir, mein Label, haben Millionen, im wahrsten Sinne des Wortes, Millionen von Pfund in Musik investiert, die, wie sich herausstellte, niemand hören wollte, der halbwegs bei Verstand war.

Da stellt sich möglicherweise die Frage, was für Musik ich eigentlich mag? Unglaublich, aber danach wird man tatsächlich von Zeit zu Zeit gefragt. In der Regel von einem Grünschnabel, einem überambitionierten Junior Product Manager, der sich einem zum Lunch aufdrängt, oder dem Musiker irgendeiner Band, um die du dich gerade bemühst. Den Grünschnabel hat man schnell mit einem barschen »Verpiss dich!« in seine Schranken gewiesen. Und der Typ von der Band, die du unter Vertrag nehmen willst, bekommt eine mit feierlichem Ernst heruntergebetete

Litanei einflussreicher Bands und Songwriter vorgesetzt. »Oh ja«, hebst du bedeutungsschwer an, »Dylan, Joni Mitchell, The Clash, Hüsker Dü, The Band, Lennon.« Die Liste kann man ganz nach dem musikalischen Geschmack des Vollidioten, mit dem du dich gerade unterhältst, kürzen oder ergänzen. Welche Musik gefällt mir? Einem Major-A & R diese Frage zu stellen, ist, als würde man einen Arbitragehändler fragen, welche Waren er mag. Oder zu einem Investmentbanker sagen: »Hey, welches ist deine Lieblingswährung?« Ich habe einen recht breit gefächerten musikalischen Geschmack. »Eklektisch«, wie spastische Musiker sagen, wenn sie in Interviews clever klingen wollen. Mich interessiert es nicht, welchem Genre etwas zugehörig ist – Rock, Trance, HipHop, beschissener bulgarischer Heavy Metal –, *solang es profitabel ist*.

Schlussendlich liege ich dennoch höchstens bei einem dieser zehn Tracks richtig. Solange mir das allerdings alle paar Jahre gelingt, schlage ich mich verdammt gut und bin den anderen voraus. Ich meine, da gibt es Typen, die *nie-mals* richtig liegen.

Das Wichtigste, was man über Meetings wissen muss, ist: Nichts Wichtiges wurde jemals in einem Meeting entschieden.

Wenn du tatsächlich etwas erreichen willst, solltest du das beim Lunch, im Büro von wem auch immer, auf dem Flur, bei einem Drink, beim Dinner, überall sonst, bloß nicht bei einem verfuckten Meeting ansprechen. Dafür sind Meetings jedoch der ideale Ort, um Leuten ans Bein zu pissen – sie zu demütigen, zu demontieren und nach Strich und Faden zur Sau zu machen.

Das gilt besonders für jene Sitzungen, bei denen Vertreter verschiedener Abteilungen anwesend sind. Am Business-Affairs-Meeting, zu dem ich mich gerade einfinde, nehmen Trellick von der Rechtsabteilung, Leaderkramer aus der Buchhaltung, meine A & R-Kollegen Hastings und Waters und meine Wenigkeit, Schneider, Head of A & R und mein direkter Vorgesetzter, sowie Nicky, Head of International, teil. Am Kopf des elegant geschwungenen Glastisches sitzt Derek Sommers, der Managing Director. Derek ist mit seinen fünf- undvierzig Jahren mit Abstand die älteste Person im Raum. Trellicks persönliche Assistentin Katy führt Protokoll.

In Meetings wie diesen ist es ausgesprochen hilfreich, die eine oder andere vertrauliche Information über die geschäftlichen Angelegenheiten der anderen als Trumpf in der Hinterhand zu haben. Etwas, das sie hätten wissen müssen oder was sie angekündigt, aber nicht getan haben. Im passenden Moment spielst du dann deine sorgfältig ausgewählte Karte – in der Regel in Form einer unschuldigen Frage oder Beobachtung – und gehst auf Distanz. Das Business-Affairs-Meeting ist ein besonders geeignetes Forum für diese Art von Hinterhalt, denn hier wird mit hohen Einsätzen gespielt. Die Vertragsabschlüsse eines jeden A & Rs werden grafisch analysiert: Wie viel hast du für diesen Act ausgegeben, wie viele Platten hat er verkauft, was muss noch ausgegeben werden, wie viel mehr kann noch verkauft werden? Wie bei einem Kontoauszug gibt es keine Möglichkeit, etwas zu verbergen. Es gibt nur Soll und Haben. Und, glaubt mir, wir vergeuden nicht allzu viel Zeit damit, über das Haben zu reden.

»Paul, die Rage-LP?«, wendet sich Trellick an Schneider und wischt sich ein Bündel dichter blonder Wolle aus der

Stirn. James Trellick ist ein piekfeiner Pinkel, das Endprodukt eines feudal speisenden, die Armen in den Arsch fickenden Geschlechts, dessen Stammbaum bis zur Offenbarung des Johannes zurückreicht. Er ist hochgewachsen und nicht zuletzt dank des fordernden, vorspringenden und gespaltenen Kinns, das zur Standardausstattung seiner Klasse zu gehören scheint, geradezu lächerlich gut aussehend. Aber das Beeindruckendste an ihm ist sein Eliteschülerbariton, der Klang vergoldeter Eiche, die Stimme von jemandem, der aufgezogen wurde, das Empire zu führen.

»So gut wie fertig«, sagt Schneider, lehnt sich zurück und beißt in einen grünen Apfel. »Er will in ein paar Wochen eine Listening-Session für uns alle veranstalten.« Schneider sieht aus wie eine schwächliche, jüdische Billigausgabe von Trellick: ähnliche Klamotten, allerdings nicht so gut sitzend, eine weniger elitäre staatliche Schule, seine Stimme ein dünner, piepsiger Abklatsch von Trellicks eruptivem Donnerhall. Heute hat er sein dunkles Haar mit Gel zurück gekämmt, und seit Kurzem trägt er eine Brille. Ein schwarz gerahmtes Designerstück, von dem dieser Clown zweifellos glaubt, es würde ihn intelligenter erscheinen lassen. Gewöhnlich setzt er sie auf Meetings ab, um nachdenklich auf einem Bügel herumzukauen. Schneider hat ein nagetierartiges Opfergesicht. Er mümmelt an seinem Apfel und spricht weiter von Veröffentlichungsterminen und Vorlaufzeiten. Er wirkt entspannt. Er ist es nicht.

Ehrlich gesagt, Schneider hat einmal zu oft aufs falsche Pferd gesetzt. Sein Stuhl als A & R wackelt zusehends. Den Drum'n'Bass-Superstar Rage hat er vor zwei Jahren unter Vertrag genommen. Sein Debütalbum *Phosphorescence* –