



# Vom Industrieprodukt zur Künstlerin

Die Verwandlung des Technopop-Stars Blümchen  
in die Sängerin Jasmin Wagner

Text: Peter Lau

Foto: Jan Friese

• Jasmin Wagner, der ehemalige Kinder-Technopop-Star Blümchen, sitzt in einem Café in der Hamburger Innenstadt. Wir reden über dies und das, und irgendwann kommt das Gespräch auf die Happy-Family-Tage, eine von einer Supermarktkette gesponserte Veranstaltungsreihe. Der Mix aus Jahrmarkt und Billig-Shopping findet im Sommer jeden Sonnabend an einem anderen Ort statt, inklusive eines sich über den gesamten Tag hinziehenden Bühnenprogramms, bei dem sich Auftritte aktueller Hitparaden-Erfolge und Verlosungen abwechseln. Die Sängerin hat diese Shows in den vergangenen Jahren moderiert, und das finde ich ... na ja, etwas elend: für einen Supermarkt Leute zu unterhalten, die gekommen sind, um sich günstig mit Schokoriegeln und Jogurt einzudecken.

Doch Jasmin Wagner, von der alle schwärmen, sie sei ein richtiger Star, eine echte Entertainerin, die sogar laut Bernd Begeemann, des Texters ihrer neuen Songs, „die Ecke des Raumes zum Leuchten bringt, in der sie steht“, sieht das anders: „Ich finde es nett, dass da Familien hinkommen und einkaufen können, dass sie Bands sehen, vielleicht noch eine Kaffeemaschine gewinnen, irgendwann tritt sogar Yvonne Catterfield auf, für die sie sonst teure Tickets kaufen müssten, die sie sich oft gar nicht leisten könnten, und dann haben sie einen tollen Tag gehabt. Das ist etwas ganz Einfaches, aber es macht vielen Menschen Freude.“

Und wie sie das sagt, mit dieser etwas zerbrechlich wirkenden Selbstsicherheit, die so oft die Basis des Guten ist, weiß ich, dass sie Recht hat. Es ist alles ganz einfach.

Einige Tage zuvor schien alles noch sehr schwierig. Ich hatte „Die Versuchung“ gehört, Jasmin Wagners erstes Album nach dem Ende von Blümchen 2001, und war angenehm verstört. Der Technopop des deutschen Superstars der neunziger Jahre hatte sich millionenfach verkauft, und so wäre es zu erwarten gewesen, dass das Comeback auch irgendwie elektronisch ist, irgendwie tanzbar und irgendwie egal. Tatsächlich singt die 26-Jährige jetzt aber schöne, leichte Popsongs mit geschmeidigen, deutschen Texten – eine freundliche, angenehme Musik, die an den aktuellen französischen Chanson-Pop erinnert.

Wie kam es zu diesem Richtungswechsel? Bekanntlich versteht man die Gegenwart besser, wenn man die Vergangenheit kennt, und so beschäftigte ich mich erst mal mit Blümchen – ich sah mir ihre Videos an: von ihrem Debüt „Herz an Herz“ 1995 über „Kleiner Satellit“ und „Boomerang“ bis zu „Ich vermisse dich“ aus dem Jahr 2000. Alles Hits, und alle klingen gleich: ein

nervöser elektronischer Beat, eine bis zur Unkenntlichkeit elektronisch bearbeitete Stimme, winzige Melodiefragmente. Entmenslichte Musik. Danach hatte ich sehr schlechte Laune.

Blümchen war ein typisches Produkt der neunziger Jahre, dem goldenen Zeitalter der Musikindustrie – mit Betonung auf Industrie. Damals boomte das Geschäft vor allem dank einer Zielgruppe, der Musik alles bedeutete: mit reichlich Taschengeld ausgestatteten Kindern und Teenies. Es gab zu dieser Zeit noch kein für alle verfügbares Internet, also keine Downloads, und so kauften die Kinder ihre Musik brav auf kleinen silbernen Scheiben.

Aber auch jenseits der Musik standen Popstars im Zentrum des jugendlichen Alltags, denn Computerspiele waren noch nicht sehr verbreitet, von Online-Games ganz zu schweigen, und so konnte man mithilfe der beliebtesten Interpreten fast alles verkaufen: von Postern, Mützen oder T-Shirts bis zu Mode, Kosmetik oder gar Büchern. Und schließlich gehörten die Tricks des Marketings noch nicht zum Grundwissen eines Zehnjährigen, sodass es kein Problem war, regelmäßig neue Stars mit neuen Produktlinien zu kreieren, die auf ein Neues zügig verwertet werden konnten. Stars wie Blümchen.

## So ging Pop in den neunziger Jahren: Nimm einen Song, leg einen Beat drunter, lass wen dazu tanzen

Britta Friedrich war von Anfang an die Managerin von Jasmin Wagner. Sie lernte sie kennen, als sie das Cheerleader-Team der Hamburger American-Football-Mannschaft Blue Devils aufbaute und vermarktete. „Jasmin war immer sehr ehrgeizig“, erzählt die 35-Jährige heute. „Sie hat als Cheerleader bis zur Perfektion geübt, sie wollte unbedingt in der ersten Reihe stehen und hat nicht verstanden, dass das nicht geht, weil sie so groß ist.“ Sie war diszipliniert und groß – das hat vermutlich geholfen, Jasmin Wagner zu Blümchen zu machen.

Die Anfänge von Blümchen liegen im Dunkeln – na, sagen wir im Zwielicht: Das Projekt gab es wohl schon, bevor eine Star-Darstellerin dafür gefunden wurde, es soll sogar ein Blümchen-CD-Cover mit einem anderen Mädchen existieren. Dass auf der ersten Single tatsächlich die damals 15-jährige Jasmin singt, ist ebenfalls umstritten. Vorstellbar ist vieles. Solche Projekte werden bis heute oft von Verlagen und Produzenten organisiert: Der Verlag will einen Song vermarkten, der Produzent schafft einen passenden Sound, fertig ist das Produkt. Nun muss bloß noch ▶



*Britta Friedrich, die Managerin von Jasmin Wagner.  
Sie sorgte dafür, dass ihr Schützling den Erfolg überlebte*

jemand gefunden werden, der sich zum Playback ordentlich auf der Bühne bewegt (Disziplin) und den man gut sehen kann (Größe), dann kann es losgehen. Dafür gibt es Castings, und bei so einem wurde Jasmin als Blümchen ausgewählt. Es hätte eine kurze Episode in ihrem Leben sein können – doch gleich die erste Single wurde ein Superhit.

Über den Anfang kann man spekulieren, was danach kommt, ist Fakt: Blümchen wurde zum Teenie-Superstar, der Produktzyklus Single, Album, Single, Konzerttour, Single wiederholte sich Jahr für Jahr. Zwischendurch wurden englische Versionen der Hits aufgenommen, Touren im Ausland veranstaltet, Foto-Sessions für Produkte wie T-Shirts, Poster, Kalender arrangiert und natürlich Videos gedreht. Hinzu kamen Interview-Tage, Exklusiv-Geschichten für Teenie-Hefte, Fanpost beantworten, Einzelauftritte, Choreografien einstudieren, Autogramme geben. Dann wieder ins Studio, Konzerttour, Videodreh. Und immer weiter.

„Jasmin hat jahrelang nur gearbeitet“, sagt Britta Friedrich. Genau wie ihre Managerin, die immer dabei war, sogar bei den langen Asien-Touren. Britta Friedrich ist gerade mal zehn Jahre älter als ihr Schützling. „Ich habe durch Jasmin alles gelernt. Ich musste ihre Mutter sein, Freundin und Managerin. Aber später, als sie älter war, haben wir auch gegenseitig aufeinander aufgepasst. Da hat sie dann auch mal gesagt: Komm, Britta, du musst jetzt mal ein paar Stunden schlafen. Wir waren wie eine Band.“

## Der Umbruch zur Jahrtausendwende: Die Musikindustrie litt, und Jasmin Wagner wurde erwachsen

Britta Friedrich war 25, als Blümchens Karriere begann. Sie hatte Medienkommunikation in den USA studiert und mit ihrer Kollegin Anna von Hoerschelmann ihre Agentur AB Glanz Entertainment gegründet, als der Erfolg über sie herfiel. Ihre Firma wuchs in der Folge rasant, heute sitzt sie in einem schicken Altbau-Loft im Hamburger Karviertel und vertritt schnelle Sommerhit-Gruppen wie Hot Banditoz, aber auch Altstars wie den Ex-Nena-Kopf Uwe Fahrenkrog-Petersen. Friedrich ist ein echter Profi, ich würde mich nicht mit ihr anlegen. Zu ihrer professionellen Vergangenheit gehört auch, dass sie sich über viele Details nur vorsichtig äußert, ihr Motto ist: Wenn du in der Branche langfristig existieren willst, musst du nett sein, weil du alle wiedertriffst.

Das passt zum Teenie-Markt, einer extrem kontrollierten Welt, in der jedes Detail vom Marketing, den Sponsoren und manchmal sogar den Produkt-Kooperationspartnern überprüft und abgenickt wird. Blümchen war in dieser Welt sehr erfolgreich, aber nicht nur deswegen ist die Managerin für Jasmin Wagner wohl das Beste, was ihr jemals passiert ist: Wenn Friedrich sagt, „für mich ist Jasmin meine Familie“, ist das nach einer so langen, so engen Verbindung absolut glaubhaft.

Anfang des neuen Jahrtausends war die fette Zeit der Musikindustrie vorbei. Auch Blümchen-CDs verkauften sich nicht mehr

wie früher, außerdem versank ihre Plattenfirma Edel nach dem Börsengang in Turbulenzen (höchster Aktienkurs: 92 Euro, niedrigster: einige Cent). Es war ein guter Moment aufzuhören. Nicht zuletzt, weil Jasmin Wagner inzwischen 20 war, aber noch als Teenie vermarktet wurde – das Image und der Mensch entfernten sich immer weiter voneinander. Die Sängerin erzählt, dass sie zu einigen Sachen keine Lust mehr hatte – doch der wachsende Eigenwille des Produktes war ungern gesehen. „Beim letzten Blümchen-Album hatte ich auch einen Vertrag als Co-Autor für ein, zwei Songs, aber das hat man mir damals eher gegeben, um mich ruhig zu stellen.“ So machte die Sängerin eine Pause, es gab sogar die Option, mit der Musik aufzuhören. Dann bot die große Plattenfirma Universal einen hoch dotierten Vertrag an, für ein Album unter eigenem Namen. Es war ein guter Deal.

Es wurde ein Albtraum. Klar war, dass es für die Zukunft eine neue Ausrichtung geben musste. Unklar war, wie die aussehen sollte. Also wurden Profis engagiert: Uwe Fahrenkrog-Petersen produzierte die erste Single „Leb deinen Traum“, die außerdem als Titelmelodie für eine Staffel der Casting-Show „Popstars“ eingesetzt wurde. Mit dünner Melodie und fettem Beat lag der Song musikalisch dicht am Wisch-und-weg-Sound von Blümchen, doch ein Hit wurde er nicht. Selbst Jasmin Wagner, die Blümchens Musik bis heute wacker verteidigt („Das waren eben die neunziger Jahre“), erzählt, dass sie frustriert war: „Das war kein Neuanfang, da hatte sich nicht viel geändert.“

Die Folge-Single produzierte Rosenstolz, Pop-Routinier Inga Humpe sah mal vorbei, es wurden düstere Rocknummern eingespielt, etwas Neue Deutsche Welle, ein wenig Blümchen-Sound, einige Balladen. Am Ende gab es einen Haufen Tracks, die an verschiedenen Trends andocken sollten – das Prädikat „konzeptlos“ wäre geschmeichelt. Universal wollte das Album trotzdem veröffentlichen. Doch das Team Wagner/Friedrich sagte Nein.

Dies ist der entscheidende Moment in der Geschichte, und er ist wesentlich größer, als es auf den ersten Blick scheinen mag: In die Produktion des Albums war eine erhebliche fünfstellige Euro-Summe geflossen, Universals Marketing hatte eine Single in einer TV-Show platziert, es gab sogar schon eine Kosmetiklinie zur Musik, Jamila, vertrieben von der Bielefelder Firma SELL Marketing, die sich auch um Michael Schumachers Merchandising im Internet kümmert. Es war, kurz gesagt, genau die Industriemaschine angelaufen, die für Blümchens Erfolg verantwortlich war. Da sagt man nicht einfach Nein.

Aber es war wohl auch nicht einfach: Es gab Gespräche, Verhandlungen, vermutlich Streit. Jasmin Wagner trat mit den neuen Songs sogar einige Zeit auf, doch es war nicht zu leugnen: Niemand mochte das Album, weder die Künstlerin noch das Management, nicht mal einige alte Fans, die es vorab hören durften. Nur die Produktmanager der Plattenfirma waren sicher, dass sich der Erfolg schon einstellt, wenn nur das Marketing funktioniert und unter den Singles eine kräftige Vier-Viertel-Bassdrum liegt. ►



*David Scherf entwarf das Konzept für Jasmin Wagners Neustart. Vieles machte er selbst, für wenig Geld*

Tatsächlich funktioniert so etwas in Einzelfällen bis heute, aber eine Basis für eine längere Karriere ist dieses Schnellrezept für flottes Hitparaden-Futter schon lange nicht mehr. Außerdem erfordert in Zeiten von illegalen Downloads, hoher Medienkompetenz und enormem Konkurrenzdruck anderer Jugendprodukte selbst der kürzeste Hype nicht nur viel Einsatz, sondern auch viel Glück. Und wer will darauf seine Karriere verwetten?

Dann kam David Scherf. David Scherf ist niemand. Zumindest in Industrie-Standards. 25 Jahre alt, Ausbildung parallel an der Wirtschaftsakademie Hamburg und bei Universal, erster fester Job bei AB Glanz. Ein sanfter, freundlicher junger Mann, der ein wenig an den sensiblen Siebziger-Jahre-Songwriter Nick Drake erinnert. Mit ihm wurde alles anders. Scherf erzählt leise fassungslose Anekdoten vom Chaos vor seiner Zeit: „Jasmin sollte die neue Nena werden, aber dann wechselte der A&R (Artist & Repertoire, betreuender Mitarbeiter der Plattenfirma), und der Neue war für Acts wie Schnappi verantwortlich.“

## Neue Leute für den Neustart. Und die interessieren sich nicht für die Vergangenheit

Vielleicht hatten alle auf einen wie Scherf gewartet, einen mit einer Vision. Jedenfalls hatte er in kurzer Zeit alle Beteiligten von einem radikalen Neuanfang überzeugt: Sie würden ein neues Konzept entwickeln, mit neuen Musikern neue Songs schreiben und eine neue CD aufnehmen. Sogar Universal ließ sich darauf ein: Scherf durfte mit dem Rest-Budget des unveröffentlichten Albums eine neue CD produzieren. Britta Friedrich sah inzwischen auch keinen Grund mehr zur Eile: „Wir wollten natürlich nach dem Ende von Blümchen ihre Popularität nutzen, aber dann hat der Prozess so lange gedauert, dass wir uns jetzt auch Zeit lassen und es gleich richtig machen konnten.“

Die erste Änderung im Produktionsprozess war geografisch, alle Beteiligten rückten auf Laufweite zusammen: Scherf sitzt beim Management im Büro, die Künstlerin wohnt drei U-Bahn-Stationen entfernt, die neuen Musiker nicht ganz so weit weg. Die Industrieproduktion ging, die Manufaktur kam.

Als musikalischen Kopf hatte Scherf Michel van Dyke ausgesucht. Der Hamburger Musiker ist seit 25 Jahren im Geschäft, hat in den frühen Neunzigern unter eigenem Namen einige Radiohits gehabt, für die Teenie-Band Echt unter anderem den Hit „Du trägst keine Liebe in dir“ geschrieben und in den vergangenen Jahren zwei eigene deutschsprachige Alben veröffentlicht. Er hat einen sagenhaften Ruf als Produzent, Arrangeur und Multi-Instrumentalist, sein Gehör soll phänomenal sein. Nach den Standards der Musikindustrie ist er allerdings ebenfalls ein Niemand.

Genau wie der Hamburger Songwriter Bernd Begemann (siehe brand eins 07/2003), den van Dyke als Partner für die Songtexte dazuholte. Aber genau das war vermutlich die Stärke der beiden. Vor ihnen waren stets bewährte Hitproduzenten engagiert wor-

den, die ihre bewährten Musikmäntel immer neuen Interpreten über die Schultern hängen. Doch wie das so ist bei Massenware: Sie passt nie so richtig, ist deshalb auch nur begrenzt funktional, und außerdem sehen darin alle gleich aus.

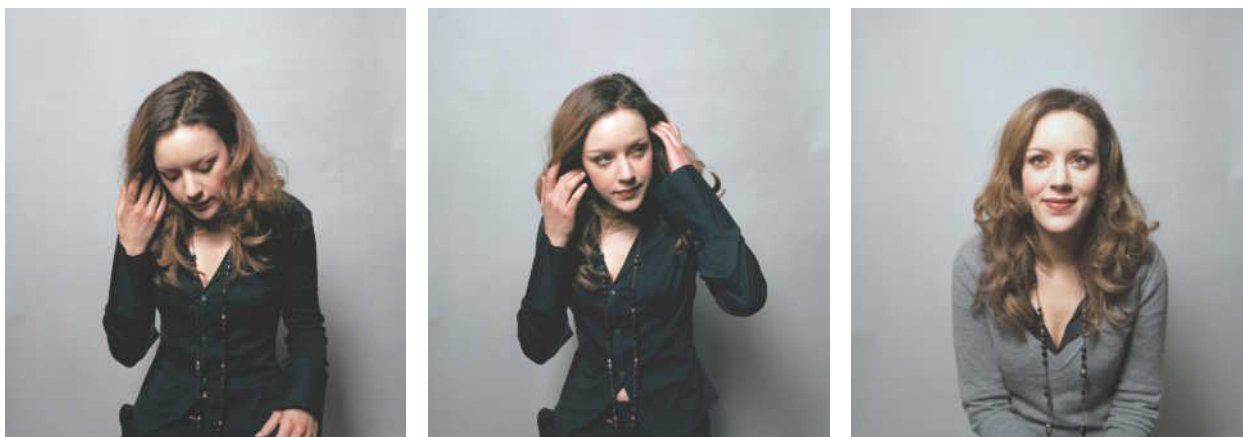
Hier dagegen waren zwei Leute, die von ihrer Alltagsarbeit angenehm leben können, gegen eine weitere Einnahmequelle sicherlich nichts haben, aber sich erst mal dafür interessieren, unter guten Bedingungen eine schöne Platte zu machen. Michel van Dyke, von dem Jasmin Wagner mit viel Respekt sagt, er sei „ein echter Künstler“, ist ein freundlicher blonder Holländer, der im Gespräch etwas abwesend wirkt, so wie einer, der sich am liebsten mit seiner Arbeit beschäftigt.

Er erzählt: „Ich glaube, ich war der Einzige, den nicht interessiert hat, was die Plattenfirma will oder das Marketing. Ich habe zu Jasmin gesagt, ich kenne dich etwas, ich weiß, wie du singst, und habe eine Idee, was für eine Platte das werden könnte. Ich würde das gerne mit dir machen, aber nur, wenn ich völlige kreative Freiheit habe.“ Mochte er die alten Sachen? „Es gab diese Platte, die alle schrecklich fanden. Ich habe zu David gesagt, spiel mir mal was vor, aber nur einen Track, den Besten, sonst komme ich schlecht drauf. Den fand ich aber auch nicht gut.“

Und die Musik von Blümchen? „Das habe ich mir nicht angehört. Ich wusste, wenn ich mich damit beschäftige, habe ich keine Lust mehr. Außerdem ändern sich Menschen, ich finde auch einige meiner alten Sachen heute furchtbar. Man sollte so etwas nicht ein Leben lang mit sich rumtragen.“ Bernd Begemann, der extrovertierte, laute Gegenpart zu van Dyke, antwortet ähnlich. Die frühen Sachen? „Nee, die habe ich mir nicht angehört.“

Die beiden Songwriter begannen, Texte und Melodien auszutauschen. Vor allem aber entwickelten sie die Musik gemeinsam mit der Person, die bis dahin immer nur das ausführende Organ war: „Ich habe sehr lange sehr intensiv mit Jasmin geredet“, erzählt Bernd Begemann, „weil ich wollte, dass die Texte zu ihr passen, dass die Sprache ihre Sprache ist. Mir war wichtig, dass die Songs stimmig sind.“ Michel van Dyke arbeitete mit der Sängerin im Studio, mit einem verblüffenden Ergebnis: Während ihrer Zeit als Blümchen und selbst noch auf den neueren Tracks klang Jasmin Wagner stets, als würde ihre Stimme nur von Effektgeräten zusammengehalten. Jetzt singt sie richtig gut und zeigt dabei auch noch Charakter. Die Raupe wird zum Schmetterling, das Produkt zur Künstlerin.

Doch wie das so ist bei der Kunst: Man weiß nicht, was passieren wird. Auf die Frage, ob er über eine Zielgruppe nachgedacht hat, lacht Michel van Dyke schallend. „Nein, natürlich nicht. Das ist nicht meine Aufgabe, und ich möchte mir damit auch nicht den Spaß verderben. Ich mache die Musik erst mal für mich, später können sich andere etwas dazu überlegen. Es gab früher mal eine Phase, wo ich dachte, du musst mal wieder einen Hit haben. Aber da kam nur Grütze raus. Über diesen Punkt bin ich heute zum Glück hinweg.“ ▶



*Jasmin Wagner auf dem Weg zur Selbstfindung: Einfach ist es nicht, aber am Schluss ist es schön*

Bernd Begemann sieht das ähnlich. Er ist mit der Platte sehr zufrieden und dafür auch Britta Friedrich und David Scherf dankbar: „Bei großen Firmen kann ja viel schief gehen, aber Britta Friedrich ist eine sehr energische Person, das war sehr hilfreich. Sie und David haben uns vor der Plattenfirma beschützt.“ Aber ob das Album ein Erfolg wird? „Ich habe keine Ahnung. Wenn nicht, machen wir eben noch eines.“

Britta Friedrich macht sich über die finanzielle Seite naturgemäß mehr Gedanken. Jasmin Wagners Situation ist in dieser Umbruchzeit schwierig. „Auf der einen Seite gibt es den finanziellen Aspekt, auch Jasmin muss überleben“ – das führt zu Auftritten wie bei Happy Family, wo die Sängerin von ihrer Vergangenheit als Blümchen zehrt. „Andererseits würde ich mich am liebsten auf die neue Musik konzentrieren, aber da weiß man natürlich nicht, wie sich das entwickelt. Eigentlich ist das ein totaler Neuanfang, Jasmin ist wie ein Newcomer, nur wird man sie trotzdem auch an den Erfolgen von damals messen. Ihre Vorgeschichte ist definitiv ein Hemmschuh.“

Das sieht David Scherf ebenso. Auch weil viele, die Blümchen von früher kennen, sich kaum auf ihre neue Musik einlassen werden. „Deshalb ist das Radio für uns sehr wichtig. Da hörst du die Lieder, ohne zu wissen, von wem sie sind.“ Scherf baut die neue musikalische Welt von Jasmin Wagner weit entfernt vom Planeten Blümchen auf: Er hat ein neues Design entwickelt, orientiert an den sechziger Jahren, und entschieden, dass bei Auftritten nur noch live gespielt und gesungen wird – früher lief viel mit Playback-Aufnahmen, zu denen die Sängerin nur den Mund aufmachen musste. Solche Live-Auftritte können allerdings neue Probleme schaffen, vor allem im Fernsehen: Viele Sender sind vollständig auf Playback-Produktionen ausgerichtet und können mit Live-Musik nicht umgehen.

Eine Stärke des neuen Albums ist für Scherf das kleine Budget: „Wir haben eine überschaubare Produktion gehabt und müssen deshalb nur eine überschaubare Summe einnehmen, um Geld zu

verdienen. Wenig Geld macht wenig Druck, das finde ich angenehm.“ Allerdings muss man aufpassen, dass das Budget nicht noch steigt. Ein Video zur Single, früher ein Standard, wird erst mal nicht gedreht, weil nicht klar ist, ob es überhaupt gezeigt werden würde. Und natürlich muss man immer die Plattenfirma beaufsichtigen. „Die wollten für einen Tag mit Interviews eine Suite in einem Hotel anmieten, die so viel gekostet hätte wie zwei Songs auf dem Album.“

Aber nicht nur deshalb sitze ich mit Jasmin Wagner in diesem kleinen, freundlichen Café in der Hamburger Innenstadt. Der Ort passt zum Album, er ist „stimmig“ – ein Begriff, der in allen Gesprächen häufig fiel. Und er passt zu der Sängerin, die wie ihre Musik im Umbruch zu sein scheint, die längst nicht mehr der industrielle Superstar ist, aber als bewusste Künstlerin noch etwas wackelig auf den Beinen. Sie schwärmt von Michel van Dyke und Bernd Begemann, „was die gearbeitet haben, rechnet sich überhaupt nicht, die haben viel weniger bekommen als die vorherigen Produzenten. Aber dafür haben wir wenigstens etwas gemacht, hinter dem wir alle stehen können. Natürlich wollen wir damit Geld verdienen, aber das ist ja nichts Schlechtes. Es ist doch besser, mit etwas Geld zu verdienen, das man gut findet, als sich zu überlegen, welchem Trend man folgen kann. Das ist irgendwie ein sehr unsympathischer Gedanke.“

Dann spricht sie über ihre Fans, mit derselben liebevollen Freundlichkeit, mit der sie über alle redet. Früher, als Blümchen, sagt sie, gab es auch ein paar unheimliche Typen, einige haben sie sogar verfolgt. Aber „meine jetzigen Fans sind sehr angenehme Menschen. Die begleiten mich zum Teil schon lange und haben mich immer mehr gemocht als die Produkte. Die hätten bei jedem neuen Album versucht, es zu mögen. Aber man merkt natürlich den Unterschied, ob die das mögen wollen oder ob sie es tatsächlich mögen. Als Fan musst du ja oft verteidigen, was du magst, und ich glaube, die sind ganz froh, dass sie jetzt etwas haben, wo sie nicht so viel erklären müssen.“ ■