



WELTHIT

DIE EWIGEN LIEDER

Mit «Happy» hat Pharrell Williams, der am Sonntag Zürich besucht, einen Welthit geschaffen. Doch wann wird ein Hit zur Melodie, die um die Welt geht? Eine Typologie.

VON BENEDIKT SARTORIUS

POP Da schnappt sich einer seinen Hut, tanzt scheinbar spontan durch die Strassen und fordert die kriselnde Weltgemeinschaft unverschämter locker dazu auf, es ihm gleichzutun. Klatscht und macht mit – «because I'm happy»: Wer konnte diesem Glücksaufruf von Pharrell Williams widerstehen, den er im super eingängigen «Happy» mit seinem dünnen Stimmchen überbringt und mit einem cleveren Beat verkleidet, der nicht zu schnell, nicht zu langsam, nicht zu frisch, aber auch nicht allzu retrohaft produziert ist? Nun, wie sich bald zeigen sollte: fast niemand.

Es brauchte im trüben Vorwinter 2013 allerdings die Lancierung eines geschickten 24-stündigen Videostreams, in dem einige prominente, meist aber unbekanntere Personen durch Los Angeles tanzen, damit «Happy» zum Selbstläufer wurde: Von Mumbai bis Grönland, vom deutschen Oberstaufen bis nach Kapstadt, von Saigon bis Riad und zurück nach L.A. inszenierten Dutzendmensen ihr Glücklichein wie in der originalen «Happy»-Endlosschleife.

VIRALE VERBREITUNG

All diese Namenlosen stellten ihre Clips auf YouTube – und «Happy» mutierte vom gemeinen Super- zum Welthit. Geschenkt, dass es nicht lange dauerte, bis die ersten Parodien angefertigt wurden wie zuletzt das brillante «Tacky» des amerikanischen Satirikers Weird Al Yankovic. Damit wurde die popkulturelle Bedeutung des Originals weiter vergrössert.

Pharrells «Happy» ist der bisher letzte Welthit der Musikgeschichte – ein Phänomen, das nur alle Jubeljahre zu vermelden ist. Anders als Sommerhits, die nur eine Saison leben und meist schlicht zu doof sind, als dass alle Gesellschaftsschichten damit erreicht werden könnten, schaltet der Welthit die Zeit aus. Er überdauert, lebt fort in immer neuen Versionen und obskuren Adaptionen: Von der ewigen Sehnsuchtsmelodie «La Paloma», die vermutlich 1880 zum ersten Mal aufgenommen wurde, kursieren unzählige Aufnahmen, die in aller Welt entstanden sind und Plattensammlerherzen immer wieder verzücken.

CLICKS SIND DIE NEUE WÄHRUNG

Der Welthit funktioniert losgelöst von seiner Urheberschaft. Wer beispielsweise das Erkennungsriff von «Seven Nation Army» der White Stripes hört, das sich selbst in unzurechnungsfähigem Zustand noch mitgröhlen lässt, denkt nicht an den bleichen Jack White, sondern eher an Fankurven in Fussballstadien. Bei «I Feel Good» blitzen im kollektiven Unterbewusstsein eher die letzte Karaoke-Party-Blamage oder eine Fernsehwerbung als das Bühnentier James Brown auf. Und wem Queens «We Are the Champions» an einer beliebigen Siegesfeier erklingt, dem erscheint weniger der geeignete Performer Freddie Mercury als vielmehr austauschbare Sieger oder Sportfunktionäre Marke Sepp Blatter, die sich im Lichte der Gewinner sonnen.

«We Are the Champions» erfüllt überdies eine Charakteristik, die bei Welthits nicht selten zu beobachten ist: Die Single verkaufte sich zur kurzfristigen Zeit der Veröffentlichung vergleichsweise schlecht, erhielt aber durch die Wiederverwertung als Siegerhymne in den Sportarenen ein zweites Leben, das ewig andauern wird.

Allein, das Messen in Verkaufszahlen ist ein Relikt aus der Vergangenheit, als die Musikindustrie noch florierte. So wird «White Christmas» in der Version des Entertainers Bing Crosby immer die meistverkaufte Single aller Zeiten bleiben. Klicks auf Videoplattformen und die Anzahl der aufgerufenen Streams auf Musikdiensten wie Spotify heissen mittlerweile die Währungen, die spätestens seit «Gangnam Style»

des koreanischen MCs Psy, der seine Posen auch auf brasilianischen Karnevalswagen vorführte, für den Welthit Gültigkeit besitzen.

Das grelle «Gangnam Style», das ohne die ungelenten Bewegungen des ulkigen Vortänzers Psy nicht funktioniert, ist die Ausnahme, doch noch immer gilt die Regel: Ohne das klassische Radioairplay kann eine Melodie immer noch nicht viral um die Welt gehen. Vielmehr braucht es ein Zusammenspiel zwischen den traditionellen und den sogenannten neuen Medien, das bei «Happy» so wundersam klappte.

REINER POP

Womit ein weiteres Kriterium erwähnt ist: Ein Welthit ist nie extrem. Nicht zu hart, nicht zu «cheesy», nicht zu ranschmeisserisch, nicht zu traurig – und auch nicht zu glücklich. Das ist denn auch die Glücksformel von «Happy». Der Song startet nicht mit dem Vorschlaghammer, sondern mit fünf hohen, leichten Schlägen, wie das Lied generell ohne bassige Tiefen auskommt. Pharrells Stimme wirkt beinahe verlegen, gewinnt an Selbstbewusstsein – auch dank der Frauenchörli, die den einstigen Studiokünstler umgarnen und anstacheln – bis die Euphorie über das eigene Glücklichein mit ihm durchgeht. Doch ekstatisch ist dieses Lied in seinem Kern nie. Die ist den Hörenden und Tanzenden überlassen.

Natürlich: Man darf den Welthit nicht überstrapazieren. Denn meist geht es, wie die «Süddeutsche Zeitung» in einer Reportage über den unsterblichen Village-People-Schlager «Y.M.C.A.» geschrieben hat, «um den reinen Pop», «um ein kleines, dummes, sehr erfolgreiches Lied, das sich davonmacht in die Welt». Ein kleines Lied wie «Happy», das, so doof das nun klingt, noch immer irgendwie glücklich macht.

Verlosung

DER ZÜRITIPP
VERLOST
2 x 2 TICKETS

für Pharrell Williams am Sonntag, 21.9., 19 Uhr.
Schicken Sie ein SMS mit dem Kennwort PHARRELL,
Name und Adresse bis
Freitag, 19.9., 15 Uhr
an die Nummer 4488 (1 Franken pro SMS).
Gratis per Mobile: <http://m.vpch.ch/ZUR72331>

SO — 19⁰⁰
HALLENSTADION
WALLISELLENSTR. 45 WWW.HALLENSTADION.CH

Eintritt 80 Franken