

Soulciety

Funky Family in

Motion

Ob Wuppertals BEATBOX, die "Into Somethin"-Nächte in Münchens BABALU, ob "Club Supreme" im COOKY'S oder die wöchentlichen Dancefloorjazz-Parties in Hamburgs MOJO CLUB: Die Vibes fließen, die Rückkehr der Hipster ist beschlossene Sache. Gerade der Norden der Republik scheint ein gutes Pflaster für melodische Crossoverstudien zu sein. Zudem ist die spirituelle Nähe zu Großbritanniens Metropole bekanntlich traditionell. Freilich ist der Segen der multikulturellen Fassade des heutigen London weitaus interessanter als Liverpool vor 25 Jahren; der Austausch musikalischer Kulturgüter funktioniert demnach schneller und unkomplizierter. SOULCIETY mag als Beispiel dienen.

Angefangen hat alles vor drei Jahren. Mitten im Hamburger Kiez, zwischen Reeperbahn und Hafenstraße, eröffnen Michael Kirsch und Emanuel von Gerkhan a.k.a. EMU das SOULKITCHEN. Einen Stock höher lädt die verranzte Bar-Atmosphäre des (inzwischen geschlossenen) CASABLANCA zum Abhängen ein, zwei Hausnummern weiter verwandelt sich ein weiterer Ex-Puff zum Club. Der Name: BATON ROUGE. Souljazz und Rare Groove beherrschen die Szenerie ebenso wie Plüschpolster in Separees, deren Stammkunden inzwischen längst das Zeitliche gesegnet hat. Kirsch und EMU, heute gerade mal 26, heben drei Läden aus der Taufe, die vom unvergleichlichen Charme viertklassiger Absteigen leben - Hans Romanov würde wehmütig an Romantica-Zeiten zurückdenken.

SOULCIETY

Das eigene Label war irgendwann der logische Schritt. Als Tourmanager für Galliano lernt Kirsch Ernie McKone kennen. Der Bassist der Londoner Vibemaster öffnet die Pforten zur englischen Funk-, Soul und Jazzszene. Über Ernies BOOGIE BACK-Label entsteht ein reger Austausch mit Musikern und Bands der britischen Metropole. Von McKones Band PUSH über NAKED FUNK (fast identisch mit RAW STYLUS) und MC TORO bis hin zum Cockney-Rapper EVER C lizenzieren SOULCIETY alles, was in London Rang, Namen und vor allem Talent besitzt. Der Rest der Familie lebt in Hamburg. Nicht zuletzt Kirsch's Frau Rose Ann Dimalanta - kurz: RAD.

RAD, studierte in Berkeley Jazz. In Hamburg hat sie sich mit ihrer unvergeßlich souligen Jazzstimme und charmanter Erscheinung aus dem Stand zum Aushängeschild des Labels gemausert. Auf der ersten Compilation, die sich seit vergangenem Herbst auch ohne ausgeklügelte Promotionaktivitäten 10.000 mal verkauft hat, teilte sich die 23jährige die Aufmerksamkeit noch mit etablierten Kolleginnen wie Elaine Vassell und Victoria Wilson-James (Soul II Soul). Nur drei Monate später wurde ihr Debutalbum sowohl vom ehrwürdigen Musik Express/Sounds als auch vom WOM-Journal zur Platte des Monats Januar gekürt.

Eine kreative Pause gönnt sich RAD, allerdings nicht. Ab April wird in Kalifornien am nächsten Album gearbeitet. Neben den Londoner Funkmonstern PUSH agierten übrigens die tragenden Teile von STP (Soul, Truth & Power) als Backing Band.

Um die drei Hamburger Szene-VIPs - und Soulkitchen / Casablanca / Baton Rouge-DJ's - Sven Wah Waje, Tim Waje und Pari Dee haben sich Rapper und Musiker gruppiert, die auch live vermögen, HipHop, Soul und Rare Groove zu einem explosiven Elixier verkochen zu lassen. Ihr hörenswertes Debutalbum stellen sie übrigens am 15. Februar auch im COOKY'S mit zehnköpfiger Band "on stage" vor.

DER MASTERPLAN

Zehn bis zwölf LP's wollen SOULCIETY pro Jahr veröffentlichen. Eine ganze Menge "Wieso?", meint Kirsch. "Wir haben viel Potential und wir müssen unseren Bands einen Anreiz bieten." Da lägen - nicht nur aus Kostengründen - weitere Sampler nahe. "Es wird noch einen geben. Die ganze Geschichte war als Trilogie geplant - für die Philosophie jedes Ladens einen." Die Fotos auf den Innencovers lassen einen ersten Einblick zu. Teil drei wird dem BATON ROUGE gewidmet sein und konsequenterweise die Aspekte Rare Groove und Jazz stärker berücksichtigen.

Die schnelle Mark läßt sich damit natürlich nicht verdienen. Das sei auch nicht die Intention hinter SOULCIETY, meinen die Leute, die sich ihren Büroraum mit dem Plattenversand SOULUTION teilen. Natürlich müsse man leben, "aber es macht keinen Sinn, einzelne Acts an große Firmen zu vergeben. Nach dem Erfolg von RAD, gibt es natürlich viele Interessenten, aber entweder wir bekommen einen guten Labelvertrag, der uns ermöglicht, auch die kleineren, kommerziell weniger reizvollen Bands zu veröffentlichen, oder wir bleiben bei einem unabhängigen Vertrieb." Der heißt derzeit EWM und hat seine Wurzeln eigentlich in der World-Music. "Das ist uns doch gar nicht so unähnlich. Schließlich ist unsere Musik auch sehr erdig und von der Offenheit anderer Kulturen und Ausdrucksformen gegenüber geprägt."

DIE FAMILIE

Abgesehen von SOULSTAFF und HIS MASTERS VOICE, zwei Bands aus Hannovers CHOCOLATE CITY-Werkstatt, und den vielversprechenden Münchener Groovekünstlern von THE POETS OF RHYTHM leben die einzelnen Bands und Projekte von der freien Kombinierbarkeit der Hamburger und Londoner Musiker. Die meisten Beteiligten arbeiten ohnehin im SOULKITCHEN oder BATON ROUGE - auch zum MOJO CLUB bestehen gute Kontakte. Man versucht sich nicht gegenseitig in Konkurrenz das Wasser abzugraben. Family Spirit oder einfach vernünftige Geschäftspolitik? Egal. Was zählt ist alleine die Qualität der Produkte - und die stimmt. Bis hin zur Covergestaltung durch Tim Krink, hauptberuflich Art Director bei Springer & Jacobi. Die allseitige Vorliebe für die siebziger Jahre zieht sich von der Musik über die Graphik bis hin zur Wohnungseinrichtung der Labelmacher. Die Formen: rund. Kantig nur die Grooves.

Stefan Klooss

rad.