

● Ohne Steuergeld geht nichts: Die Finanzen der **OPERNHÄUSER**. Seite 10

● Partitur der Führung – was ein **DIRIGENT** über Leadership weiß. Seite 21

● Lifestyle-Unternehmer und Dance-Superstar **DJ ANTOINE**. Seite 25

WWW.HANDELSZEITUNG.CH

HANDELSZEITUNG

Wirtschaft im Klartext.

Backstage

Hintergründe zum Milliardengeschäft mit der Musik

Musik ist Kunst,
Musik ist Business:
eine **Sonderausgabe**
über eine Branche,
die sich neu erfunden hat.



FOTO: PD

ANTOINE KONRAD

«EIN GUTES GLAS WEIN IST MEINE WORK-LIFE-BALANCE»

Der Schweizer **Musiker** und **Unternehmer** spricht über seinen Erfolg, seine Musik, seine Lifestyle-Firma und die Macht der Algorithmen. Selbst politische Themen schneidet er an.

ZUR PERSON

Streamingkönig Mit rund vier Millionen Spotify-Hörern pro Monat ist DJ Antoine derzeit der wohl meistgestreamte Schweizer Musiker. Seine beiden grössten Hits «Ma Chérie» und «Welcome to St. Tropez» wurden 200 bis 300 Millionen Mal abgerufen. 2,6 Millionen Platten verkaufte er – als es die noch gab. Antoine Konrad, so sein bürgerlicher Name, wurde 1975 geboren, wuchs in Basel auf und lebt heute in Thewil BL.

House Music

Der House-DJ blickt auf eine über dreissigjährige Karriere als Musiker zurück, die Anfang der 1990er-Jahre unter anderem im legendären Basler «Bimbo Town» und in der «Stückfärberei» begann. Später legte er im eigenen Club «House Café» auf, bevor er national und international als DJ Karriere machte. Den musikalischen Höhepunkt erlebte er 2011 mit seinen zwei Tophits.

Unternehmer

Konrad ist ein hervorragender Vermarkter seiner Produkte und seiner selbst. Er sass für die TV-Sendungen «Deutschland sucht den Superstar», «The Voice of Switzerland» und «Die Höhle der Löwen» in der Jury. Unter der Marke «Konrad Lifestyle» bietet er diverse Produkte an, unter anderem eine breite Palette an Wein. Er betreibt einen Member-Club, dessen Mitglieder sich in Konrads «House of Wine» oder in der «Konrad Mansion» treffen können.

FOTOS: PD

Ein stolzer Schweizer, der gerne zeigt, was er erreicht hat

Antoine Konrad bezeichnet sich als **Patrioten**, als stolzen Schweizer. Ganz unschweizerisch ist sein Umgang mit dem Erfolg: Er lebt ihn aus und versteckt ihn nicht.

Und heute?

Heute machst du als Musiker Songs, Songs und nochmals Songs. Und diese neuen publizierten Songs, die steigen dann irgendwo ein. Bei mir sind es am ersten Tag – immer an einem Freitag – 30 000 bis 70 000 Plays auf Spotify. Und dann reduziert sich die Anzahl der Plays ganz automatisch, wegen des Algorithmus. Bis wieder Freitag ist, dann kommen sie zurück. Die Leute hören meine Musik, bis sie wieder im Büro sind.

Das klingt jetzt nicht unbedingt viel einfacher.

Es ist einfacher, weil du selbst nicht viel beitragen kannst. Das macht alles der Algorithmus. Du kannst nur darauf setzen, dass die Leute den neuen Song oft liken und in ihre Playlists übernehmen. Dann merkt der Algorithmus: Das Lied ist gefragt, ist heiß, das läuft. Dann hast du gewonnen.

Dann sind Sie ständig am Handy und verfolgen die Songperformance in Echtzeit auf dem Management-Dashboard?

Nicht ständig, aber ich schaue schon nach. Ich muss.

Und was sagt das Dashboard derzeit?

It's this time of the year, Weihnachtszeit. Da kämpfe ich gegen jeden einzelnen Weihnachtssong. Bis im Januar geht meist nur wenig. Weihnachten ist nicht die Zeit, einen neuen Hit zu lancieren. Wobei wir gerade jetzt in Frankreich, Belgien und Luxemburg auf dem besten Weg sind, einen neuen Hit zu landen. Das ist sehr cool.

Sie müssten halt selbst einen Weihnachtssong bringen.
Wir haben es im vergangenen Jahr versucht, mit «Last Christmas». Ich glaube, wir haben eine Million Plays gemacht. Also ziemlich zum Vergessen.

Reden wir von Spotify, der wichtigsten Streamingplattform. Ist das für Sie ein reines Promo-Vehikel?

Nein, nein. In der Summe kommt da schon was zusammen für mich und andere Musiker, sonst würde es ja nicht



Wir treffen Antoine Konrad, besser bekannt als DJ Antoine, in Biel-Benken, einer Gemeinde in der basellandschaftlichen Provinz, nahe der Grenze zu Frankreich. Dort, in einem Gewerbegebiet ausserhalb des Dorfs, hat Konrad die Zentrale seines Lifestyle-Unternehmens eingerichtet. Das Gebäude ist Event-Location, Verkaufsraum, Cigar-Lounge, Büro und Lager in einem. Konrad trifft mit angemessener künstlerischer Verspätung zum Interviewtermin ein. Er fährt in einem schwarzen Rolls-Royce Cullinan vor – und ist bestens gelautet. Das Interview findet auf den Plüschsesseln seiner Cigar-Lounge statt, geraucht wird dabei aber nicht.

Herr Konrad, sind Sie ein Musiker oder ein Unternehmer?

Ich bin ein Unternehmer, der im Studio sitzt, ein Mensch voller Melodien.

Schön gesagt, aber das ist keine wirkliche Antwort.

Okay, okay. Also: Am Anfang war ich Musiker, später wurde ich Unternehmer. 1999 habe ich mit meinem Partner Fabio Antoniali die Produktionsfirma Global Productions gegründet. Seither bin ich Musiker und Unternehmer – oder eben Unternehmer und Musiker.

Sie haben immer Dance-Musik gemacht?

Ja, immer. Nur habe ich am Anfang kein Geld damit gemacht. Zwar habe ich mit Antoniali zehn Jahre lang Songs produziert, fett abgemischte Songs, die heute noch eine Bedeutung für mich haben, aber finanziell hat es nicht wirklich viel gebracht. Wir wären fast pleitegegangen, hätten wir nicht neues Kapital eingeschossen. Aber: Wir haben ein musikalisches Fundament gelegt, wir haben investiert für die Zukunft.

Und dann kam der Durchbruch?

Ab 2010. Mit «Ma Chérie», «Bella Vita» und «The Sky Is the Limit».

Wurden diese Songs zu Ihrer Lebensversicherung?

Wenn man so will, ja. Egal, was wir produzierten, es wurde gekauft. Jedes Album hat Gold oder Platin gewonnen, bis zu viermal Platin. Ich habe zu Hause 85 Awards.

Ist doch toll!

Sicher. Aber irgendwann wurde es auch langweilig.

Langweilig?

Man muss manchmal sein Leben aufräumen, man muss manchmal seinen Betrieb neu ordnen, man muss manchmal ausmisten, zu Hause und im Business.

Ihre Musik wurde zur Geldmaschine, und Sie haben den Kurs geändert.

Genau. In meiner Karriere gab es immer wieder Dinge, bei denen mir langweilig wurde, weil es zu stark zur Routine wurde. Ich hatte Residencies im Ausland ...

Moment, Moment, was sind Residencies?

Man spricht von Residencies, wenn du für eine bestimmte Zeit fix von einem Club gebucht wirst.

Ah, merci. Also?

Auch wenn du viel Geld bekommst, sind solche Residencies – jede Woche 15-mal am selben Ort spielen – mit der Zeit etwas langweilig. Und nur für das Geld zu leben, ist ja nicht immer nur lustig.

Sie sind schon lange im Geschäft. Wie hat es sich verändert?

Fundamental. Was immer noch gleich ist: Du musst gute Musik haben, wenn du performen willst. Früher musstest du deine Musik verkaufen, einen Plattenvertrag haben, Promo machen. Heute brauchst du nur einmal zu klicken, und du bist überall online. Und kannst nur noch hoffen, durch irgendwelche Algorithmen entdeckt zu werden.

Ist die heutige Welt besser oder schlechter?

Anders.

Schon, aber ist es heute einfacher, Geld zu verdienen?

Früher war das geschäftliche Leben als Musiker sicher komplizierter, aufwendiger. Früher mussten Musiker Alben machen, Fotoshootings, du hattest eine Deadline, Promo. Viele schlaflose Nächte. So ein Album war ein Riesenprojekt. Und nur wenn es gekauft wurde, hast du auch Geld verdient. Nur dann. Dafür musste das Album gut verfügbar sein, gut vertrieben.

«Heute musst du als Musiker hoffen, durch Algorithmen entdeckt zu werden.»

funktionieren. Entscheidend ist aber: Der Katalog ist das Fundament. Wenn du einen Katalog an starken Titeln hast, funktioniert das, auch finanziell.

Wie sieht es mit Youtube aus?

Wenn du früher in einem wichtigen Musikmarkt, sagen wir Brasilien, keinen Vertrag mit einer Musikfirma hattest, dann gab es dich in diesem Markt schlicht nicht. Du fandest nicht statt. Youtube hat sichergestellt, dass Künstler global stattfinden und sichtbar sind. Das ist sehr wichtig.

Wichtiger als Spotify?

Nein. Spotify macht bei mir 70 bis 80 Prozent aus. Apple Music ist unter 10 Prozent, der Rest ein Fünfchen.

Sie publizieren trotzdem überall?

Klar, sogar auf Deezer. Aber man muss sich schon bewusst sein: Wenn ich bei Spotify nicht auf eine der grossen Playlists komme, wird mein Song nicht gross. Und ich kann das nicht beeinflussen. Das ist alles KI – kein Mensch, der irgendwas entscheidet. Musik ist heute ein Algorithmusbusiness.

Und Sie versuchen, Ihre Songs gemäss den Vorlieben des Algorithmus zu optimieren?

Eigentlich nicht. Ich mache inzwischen fast nur noch, wozu ich Lust habe.

Der Luxus des Erfolgreichen?

Das hat schon was. Das geht nur, wenn das Fundament funktioniert. Ja, wenn das Fundament funktioniert, der Katalog. Ich meine: «Ma Chérie» macht 250 000 bis 300 000 Plays – pro Tag. Es ist mein am besten gestreamter Song. Da kommt im Verlauf des Jahres schon einiges zusammen, zumal es noch verschiedene Versionen des Songs gibt. Dann folgt «Welcome to St. Tropez».

Ein Evergreen, der die Hypothek begleicht.

So ist es.



Musiker und Lifestyle-Unternehmer

Antoine Konrad vor dem Sitz seines Unternehmens Konrad Lifestyle in Biel-Benken: Er verkauft das, was ihm selbst gefällt: Weine, Zigarren, Kaffee, Dekoartikel. Und natürlich auch ein paar Dinge für seine Fans.

Also haben es heute erfahrene Musiker mit Back-Katalog einfacher? Und Anfänger müssen länger arbeiten, um auf einen grünen Zweig zu kommen?

Ja und nein. Heutzutage kann man einfacher produzieren, hat man viel mehr Möglichkeiten. Es braucht kein Tonstudio mehr, keinen Gitarristen, für all das sorgt die Technik. Aber: Du bist als Musiker abhängig von einem Algorithmus. Und man muss sich bewusst sein: Heute erscheinen pro Tag gleich viele Lieder wie im ganzen Jahr 1989.

Extrem, in der Tat. Deshalb die enorme Bedeutung der grossen Spotify-Playlists?

Yep. Wenn du da nicht reinkommst, ist es so, wie wenn du früher nicht von den Radios gespielt worden bist. Wie wenn dein Auto nicht anspringt und du gleichzeitig fahren und schieben musst.

Und wenn ein Künstler, nehmen wir Baschi oder Gölä, nur den Schweizer Markt anspricht?

Der Schweizer Markt gibt gar nicht so viel her, dass du nur davon leben kannst. Da musst du schon sehr oft live auftreten, sehr oft. Und gute Gagen bekommen.

Spielt DJ Antoine eigentlich ein Instrument?

Nein. Früher, als Kind, war ich Tambour-Major, quasi der DJ der Fasnacht. Also: Ich kann trommeln. Und mein Studiopartner ist nicht nur Toningenieur, sondern kann auch Piano spielen. Ich singe ihm Melodien vor, schicke ihm das via Whatsapp, er setzt es um. Meine Musikalität besteht darin, dass ich Melodien höre. Als ich «Ma Chérie» hörte, wusste ich: Ich gehe putzen, wenn das kein Hit wird.

Wo haben Sie den Song denn erstmals gehört?

In Belgrad. Die Band hieß The Beat Shakers.

Und Sie wussten, dass das Ihr Jackpot ist?

Ich traf mich mit Fabio Antoniali in Härringen SO, bei einer BMW-Garage. Und ich sagte ihm: Fabio, wir kaufen uns bald einen 7er.

Jetzt fahren Sie Rolls-Royce.

Stimmt. Aber damals war der 7er für mich das coolste Auto überhaupt.

Heute sind Sie nicht mehr nur Musiker, sondern auch Lifestyle-Unternehmer.

Ja, und es macht viel Spass. Und es läuft.



Ein Stück DJ Antoine

1. Wein «Ma Chérie»: Ein Rotwein, benannt nach dem grössten Hit des Musikers.

2. Visor von DJ Antoine: Auch Fanartikel gibt es im Onlineshop.

3. Kaviar aus den Schweizer Alpen: Das Unternehmen Konrad Lifestyle verkauft Luxus.

ZUGABE

Wo und mit wem verbringen Sie Weihnachten?

Mit meiner Familie und Freunden bei mir zu Hause – just relaxed.

Michael Jackson oder Prince?

Das ist gemein. Obwohl ich mehr Prince-Fan bin, sage ich Michael Jackson. Er ist einfach grösser.

Patent Ochsner oder Züri West?

Weder noch. Nichts gegen diese Bands, aber das ist nicht meine Musik.

Beatles oder Rolling Stones?

Eher die Stones, die haben mich eher berührt. Aber auch hier: nicht meine Musik. Fragt doch nach meinem Klassikstar. Da sage ich ganz klar: Mozart.

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?

Feuerwehrmann, glaube ich. Oder Polizist. Ich machte aber das KV und wurde Spediteur. Logistik interessiert mich noch heute. Ohne Logistik geht gar nichts – die ganze Welt würde stehen bleiben. Wie wenn wir keinen Strom hätten. Unsere Waren stapeln sich auch selbst gerne im Lager.

Was läuft gerade auf Heavy Rotation bei Ihnen?

Aktuell alles Kitschige mit Glöckchen und Bling-Bling. Ich habe eine eigene Christmas-Playlist. Mit Frank Sinatra, Dean Martin, alte Sachen. Inklusive Klassik. Im Frühling und Sommer höre ich eher Lounge, Afro und ein bisschen Hip-Hop.

Der Song, der Sie geprägt hat?

Robin S. mit «Show Me Love». Wobei «Luv 4 Luv» von ihr eigentlich noch besser ist.



Dank Ihrem Erfolg als Musiker?

Nicht nur. Natürlich ist das mit meinem Namen verbunden, es hat jedoch nichts mit Musik zu tun. Aber mit dem, was ich liebe: Wein, Zigarren, Antiquitäten, Geselligkeit, Kaffee, Kitsch. Mich inspirieren zwei Sachen am meisten: der Auftritt auf der Bühne und solche schönen, feinen Dinge. Am liebsten würde ich in einem Palazzo wohnen, der voller feiner Antiquitäten ist. Gutes Essen, guter Wein, Musik. Das ist es. Ich sehe es eher als Parallelwelt denn als Brand-Extension. Ich habe immer gerne in anderen Welten gelebt. Schon als kleiner Junge schaute ich gerne James-Bond-Filme. Oder Ritterfilme.

In Ihrem Webshop verkaufen Sie vor allem Zigarren, Weine, Düfte, Fanartikel. Wie soll es da weitergehen?

Ich will natürlich den Webshop ausbauen. Und vor allem will ich in Zukunft mehr Antiquitäten verkaufen.

Sie betreiben auch eine Event-Location. Läuft das? Schliesslich müssen immer mehr Clubs schliessen.

Als ich vierzig wurde, merkte ich, dass die Leute in diesem Alter andere Interessen haben. Sie mögen Musik, mögen gutes Essen, haben Geld. Aber sie wollen sich nicht in einem Club alt fühlen. Also kommen sie zu uns – ich lege auf, wir feiern, haben Spass. Members only, exklusiv.

Ist es ein Zeichen dafür, dass Ihre Fans mit Ihnen gealtert sind?

Nein, das ist falsch. Die Fans von DJ Antoine, egal ob im Club oder sonst wo, sind nach wie vor sehr jung. Die Kundschaft von Konrad Lifestyle ist eine andere.

Wovon leben Sie? Von der Musik oder auch bereits von Ihrem Lifestyle-Business?

Von der Musik. Das Geschäft funktioniert schon, klar. Aber alles, was ich hier verdiente, geht wieder zurück ins Geschäft. Vom Aufwand her ist es anders: 20 Prozent DJ Antoine, 80 Prozent Konrad Lifestyle. Diese Firma erfordert extrem viel von meiner Zeit. Sie ist eben noch in der Aufbauphase. DJ Antoine lebt vom Status, den die Marke bereits erreicht hat.

Was kostet es, DJ Antoine zu buchen?

Das ist unterschiedlich.

Davon gehen wir aus. Geben Sie uns eine Grössenordnung.

Okay. Nächstes Jahr werde ich im Kaufleuten spielen; eine grosse Anwaltskanzlei hat mich gebucht. Das kostet dann so um die 50 000 Franken. Aber hey: Jennifer Lopez nimmt für private Auftritte 1,5 Millionen Dollar, DJ-Frau Charlotte de Witte 450 000 Euro. Und die Uhrenfirma Audemars Piguet soll für den Auftritt von Keinemusik auf dem Bürgenstock mehr als 1 Million Franken gezahlt haben.

Hat man als Musiker und Unternehmer so etwas wie eine Work-Life-Balance?

Meine Work-Life-Balance ist ein gutes Glas Wein.

Ihr Song «Welcome to St. Tropez» wurde vor ein paar Jahren von der SVP zu «Welcome to SVP» gemacht. Mit Ihrem Platzet?

Ja, sie haben mich gefragt, und ich habe Ja gesagt.

Ein guter Deal?

Ich habe nichts daran verdient.

Also ein SVP-Unterstützer?

Nein, Musik ist unpolitisch, soll unpolitisch sein, jedenfalls in meinem Verständnis. Ich sage nur: Peace and Love. Und ich sage, dass ich ein stolzer Schweizer bin. Und gegen die EU. Aber ich bin kein SVPler. Ich finde längst nicht alles gut, was die gut finden.

Würden Sie in Moskau live auftreten?

Nein, das würde ich nicht tun. Ich habe entsprechende Angebote – und es gab einige – immer abgelehnt. Aber wenn ich auf Instagram sehe, wer alles in Moskau Shows macht, darunter viele berühmte DJs, frage ich mich schon: Warum ich nicht? Man muss schon sehen, wie verlogen das Ganze ist. Wenn ich in Wien auflege und im Publikum viele reiche Ukrainer sind, die im Fünsternehotel schlafen und im Bentley oder Rolls-Royce zur Party fahren und Champagner aus Magnumflaschen trinken: Ist das dann okay? Ich frage mich: Müssten die nicht ihr Land unterstützen, statt in Wien Party zu machen? Aber wie gesagt: Musik, jedenfalls meine Musik, ist unpolitisch. Peace and Love.

Ihr Sohn arbeitet auch als DJ. Sind Sie stolz?

Ich finde es gut, ja. Cool. Ich finde es super, dass er Musik macht. Aber er studiert ja auch noch, Creative Direction, Corporate Design und Business.

Also etwas Vernünftiges?

Nein, darum geht es nicht. Musik ist toll. Auch seine Musik ist toll. Aber was ist, wenn sie nicht performt?

Dann verbessert sie der Vater? Oder die KI?

Künstliche Intelligenz ist der Teufel der Zukunft. Unsere Smartphones hören uns den ganzen Tag lang zu. Ich habe mit einem Kollegen einmal über Asbest gesprochen. Plötzlich sehe ich nur noch Videos über Asbest, obwohl bei mir Siri nicht läuft. Oder ich suche eine Rudermaschine für zu Hause. Plötzlich ist überall Rudermaschinenwerbung. Wir sind die Sklaven unserer Smartphones.

Ihr Rezept dagegen?

Die Welt bewegt sich stets vorwärts, und das ist gut so. Was soll ich mich dagegen wehren? Ich habe lieber eine Bodenheizung, anstatt jeden Tag den Ofen einheizen zu müssen. Strom ist mir lieber als nur Kerzen. Ich tue, was ich kann. Ich kaufe viele Lebensmittel beim Bauer, unterstütze die lokale Bäckerei. Aber ich sage: Die ganze AI-Geschichte ist für mich krass beängstigend. Für mich als Musiker und als Mensch.

«Derzeit erscheinen pro Tag gleich viele Songs wie im ganzen Jahr 1989.»