

KULTURGUT SCHALLPLATTE

Speakers Corner hat sich einen Namen als Produzent qualitativ hochwertiger, gleichwohl bezahlbarer Schallplatten gemacht. Grund genug, anlässlich des 25-jährigen Firmenjubiläums mit dem Geschäftsführer Kai Seemann über seine Philosophie zu sprechen.

Von Andreas Kunz

Herr Seemann, wie ist es zur Gründung von Speakers Corner gekommen?

Eigentlich komme ich aus dem HiFi-Handel, und Speakers Corner startete auch als ein HiFi-Studio, das übrigens von meinem Partner Kay Hinrichsen in Kiel bis heute weitergeführt wird. Als Linn-Händler haben wir in den 1980er-Jahren Kunden demonstriert, dass ein Linn LP12 einfach viel besser klingt als alle CD-Player. Doch berechtigterweise meinten unsere Kunden damals: „Schön und gut, aber was nützt mir das, wenn es keine Platten mehr gibt?“ Daraufhin kam uns die Idee,

die Plattenproduktion selbst in die Hand zu nehmen.

Nehmen wir an, Sie wollen ein bestimmtes Album auf Vinyl veröffentlichen: Wie gehen Sie vor?

Wir klopfen als ersten Schritt bei dem Repertoireeigner an – beispielsweise einem Major wie Sony, Warner oder Universal – und sagen: „Wir möchten Album XY so auf Vinyl wiederveröffentlichen, wie es damals erschienen ist.“ Dort ist man unterschiedlich kooperativ. Universal etwa blockiert inzwischen den gesamten Katalog, mit Warner und Sony kann man immerhin reden, doch auch



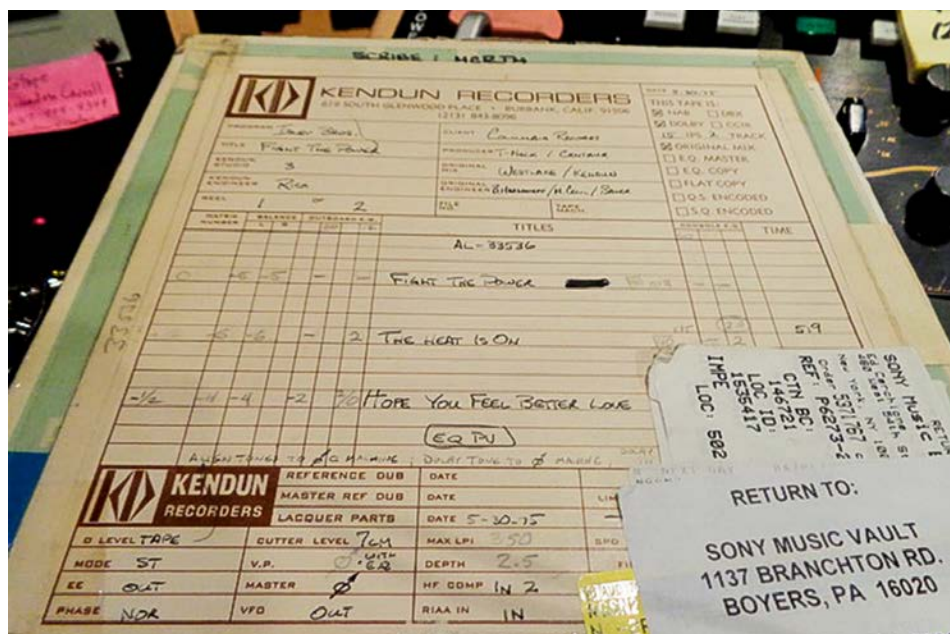
die geben nicht alles frei, weil sie inzwischen selbst in puncto Vinylveröffentlichung sehr aktiv sind. Wenn das „Go“ kommt und die Lizenzgebühren bezahlt sind, wird auf unseren Auftrag hin das Band in deren „Tape Library“ freigegeben und an ein autorisiertes Studio geschickt, das ein analoges Mastering bietet: Dort schneidet ein Cutter in Abstimmung mit uns von dem Band die Lackfolie. In den USA gehen die Lackfolien dann zu QRP, dem Presswerk von Acoustic Sounds, wo durch galvanische Prozesse die Mütter gefertigt werden, in Deutschland zu Pallas nach Diepholz. Gepresst werden die Platten in jedem Fall bei Pallas.

Rentiert sich denn der Aufwand angesichts oft überschaubarer Stückzahlen?

Transport und Versicherung sind Kleinkram, was richtig Geld kostet, ist das Mastering. Zunächst hört der Schneideningenieur das Ganze durch – damit ist schon mal die erste Stunde Studiozeit weg, die zwischen 750 und 1.000 Dollar berechnet wird. Dann richtet er seine Geräte ein und kalibriert die Bandmaschine, denn in den 1950er-Jahren hat jede Plattenfirma ihre eigenen Normen gehabt, weshalb man die Testtöne auf dem Band erstmal richtig einmessen muss. Inklusive Plattenschneiden kommen also mindestens zwei, wenn nicht gar drei Studiostunden zusammen. Da wir uns auf Analogbänder konzentrieren, die vor 1980 eingespielt wurden, handelt es sich teils um richtig altes Bandmaterial. Mehr als einmal ist es vorgekommen, dass der Cutter beim Durchhören einen Drop-out feststellte, also ein kurzes Aussetzen des Signals. Mit Digitaltechnik kann man so etwas schön „flicken“, im analogen Bereich aber ist das irreparabel. Die bis dato angefallenen Arbeitsstunden des Masteringstudios müssen wir natürlich dennoch zahlen.

In solchen Fällen verzichten Sie also lieber auf eine Veröffentlichung?

Genau, denn wir verfolgen eine strikte „Pure Analogue“-Philosophie: Alles muss rein analog sein. Deshalb sind digitale Quellen für uns ein No-Go. Wenn eine Plattenfirma uns ein Projekt genehmigt, aber die Analogbänder verschwunden oder defekt sind, sehen wir lieber von einer Veröffentlichung ab, statt auf Files



Bei Speakers Corner legt man größten Wert darauf, von den originalen Masterbändern zu überspielen. Im Bild der Bandkarton der Isley Brothers: „The Heat Is On“.

zurückzugreifen: Mit Digitaldateien arbeiten wir prinzipiell nicht. Manchmal kommt es aber vor, dass Repertoireeigner aus irgendwelchen Gründen das originale Masterband nicht herausgeben wollen.

„Alles muss rein analog sein. Deshalb sind digitale Quellen für uns ein No-Go.“

In solchen Fällen arbeiten wir mit einer neuen analogen 1:1-Kopie. Das originale Master ist also auch hier die Basis.

Wie schwer ist es denn generell, an die Originalbänder zu kommen?

Die Majors sind inzwischen sehr gut organisiert, die schauen in ihren Rechner und sagen: „Ich hab von dem Titel sechs verschiedene Analogbänder.“ Die gehen dann alle zu unserem Studio, und der Ingenieur wählt davon das Original aus. Ein schwieriger Fall war hingegen „Miles In Berlin“, denn dieses Miles-Davis-Konzert von 1964 war vom SFB aufgenommen worden – einem Sender, den es inzwischen nicht mehr gibt. Das Band zu finden, war nicht schwer, aber es zu bekommen war eine Katastrophe, weil sich der Weg des Bandes nicht mehr nachvollziehen ließ und somit lange keiner wusste, wem es gehörte. Schließlich hat sich herausgestellt, dass es bei Joachim-Ernst Berendt „unter dem Bett gelegen hatte“ und von dort ans Jazzins-

Speakers-Corner-Geschäftsführer Kai Seemann



Wichtige Etappen

1993: Präsentation der ersten vier LPs auf der HighEnd in Frankfurt

1994: Mit „Juliette Gréco & Her Greatest Chansons“ erscheint der erste Poptitel auf Vinyl

1997: Räumliche Trennung vom HiFi-Studio in Kiel durch Umzug ins Gewerbegebiet

2007: Der Umsatz übersteigt erstmals die Million-Euro-Schwelle

2013: Umzug in ein neues Firmengebäude (Gettorf bei Kiel)

Veröffentlichungen

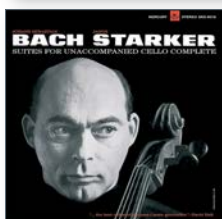
- Insgesamt 578 Eigenproduktionen, von denen momentan noch 275 erhältlich sind
- Die meisten Kooperationen gab es mit BMG/Sony Music (120 Titel), Decca (100 Titel) und Verve (70 Titel)
- Neben den Eigenproduktionen werden Vinylalben von zehn Labels exklusiv vertrieben, darunter Acoustic Sounds, Pure Pleasure, Berliner Meister Schallplatten und Tacet

Bestseller



Getz/Gilberto (Verve V6-8545): Bestverkaufte Jazz-LP, vergriffen

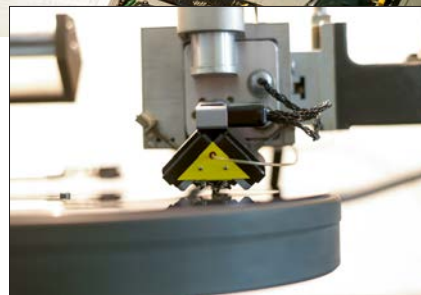
Supertramp: Crime Of The Century (A&M SP-3647) Bestverkaufte Pop-LP, vergriffen



Bach: Die Suiten für Violoncello solo; Janos Starker (Mercury 3-9016) Bestverkaufte Klassik-LP



Maarten de Boer hat für Speakers Corner viele Deutsche-Grammophon-, Philips-Classics-sowie so gut wie alle Mercury-Living-Presence-Titel geschnitten. Das Foto oben zeigt ihn an einem Mischpult der Emil-Berliner Studios, rechts sieht man Schneidarm und -kopf der verwendeten Schneidmaschine.



Fotos: Rainer Maillard

titut Darmstadt gegangen war. Ein Mitarbeiter merkte, dass es eigentlich dem Rundfunk gehörte, woraufhin das Band zum Südwestrundfunk (SWR) gelangte. Insgesamt hat es sich über ein Jahr hingezogen, bis wir es endlich bekamen.

Beschreiben Sie die Philosophie von Speakers Corner ...

Unsere „Pure Analogue“-Philosophie habe ich ja bereits erwähnt. Daneben steht unser Name heute dafür, ein sehr weites Musikprogramm zu haben. In Analogie zur „Speakers' Corner“-Ecke in London, wo alles gesagt werden kann, findet man bei uns jede Art von Repertoire, von Punk bis hin zur Zwölftonmusik. Aus strukturellen Gründen verkaufen wir nicht an Endverbraucher, sondern konzentrieren uns auf die Fertigung sowie den Vertrieb in Deutschland. Im Ausland hingegen liefern wir bis auf Ausnahmen nicht an einzelne Händler, sondern arbeiten jeweils mit einem lokalen Vertrieb zusammen.

Blicken wir in die Zukunft...

Seit Vinyl wieder in aller Munde ist, bringen die Majors viele Platten selber heraus, aber dies in der Regel nicht in dem Qualitätsstandard, wie wir ihn verfolgen. Glaubt man der Zeitschrift „Mint“, muss man davon ausgehen, dass

98 Prozent der heute veröffentlichten Vinylalben in der Produktion zumindest einen digitalen Zwischenschritt durchlaufen haben. Dennoch finde ich unsere Zeit spannend und sehr erfreulich, denn wir erreichen mit unserem Qualitätsstandard jetzt ganz neue Kundengruppen. Ein Beispiel: Der „Bullitt“-Soundtrack von Lalo Schiffrin ist kein Titel, der im Blickpunkt der Audiophilen steht, obwohl er klasse klingt. Dennoch wurden gerade von ihm größere Stückzahlen bestellt, sodass er im letzten Jahr unser Bestseller war.

Das lässt den Schluss zu, dass wir mit unserem audiophilen Anspruch in ganz neue Kundenkreise eindringen und dass es ein großes Potenzial an Vinylinteressenten gibt. Insofern blicke ich ausgesprochen optimistisch in die Zukunft. ■

25 JAHRE SPEAKERS CORNER RECORDS

Vertrieb

In über 70 Länder weltweit, größte Märkte sind Deutschland, USA und Großbritannien

Weitere Infos

www.speakerscorner.de
www.pure-analogue.com

KOMPETENZ, wenn es um HiFi geht

STEREO, das Magazin für HiFi, High End und Musik, zeigt jeden Monat mit Tests, Service und Reportagen, wie Musikhören noch mehr Spaß macht



**Jetzt
neu am
Kiosk**



STEREO®

STEREO portofrei direkt beim Verlag
bestellen. Telefon 0 22 51/6504615

Zusatzangebot & Dienstleistungen für
Abonnenten gelten nur für Kunden
der Reiner H. Nitschke Verlags-GmbH

AUCH ALS E-PAPER

Einmal heruntergeladen – immer für
Sie verfügbar. Egal ob Smartphone,
Tablet oder Computer. Mehr Infor-
mationen zum Abonnement sowie
E-Paper auf www.stereo.de