

# Ins Gestern oder ins Heute?

Einige Orchester haben inzwischen ihr eigenes CD-Label gegründet, nun haben die **Wiener Symphoniker** nachgezogen. Die ersten Aufnahmen liegen bereits vor. Doch was bringen hauseigene Labels? Marco Frei hat sich umgehört.

**N**ein, auf ein Entweder-oder möchte sich Fabio Luisi nicht einlassen. „Ich bin ein großer Downloader – nur legal, natürlich“, betont der italienische Dirigent. „Und ich bin ein i-Tunes-Freak.“ Deswegen setzt er mit den Wiener Symphonikern, die er seit 2005 und noch bis 2014 leitet, auf ein Sowohl-als-auch. Dahinter verbirgt sich ein Medienmix. „Wir sind auf allen Plattformen vertreten und wollen uns nicht festlegen. Die neuen Plattformen hochauflösender Downloads, i-Tunes – das ist uns genauso wichtig. Wir sehen hier eine enorme Zukunft. Aber wir glauben auch an die CD. Es ist ein Medium, das noch funktioniert. Und wir glauben ebenso an

Vinyl. Das sind die ‚Hardcore-Music-Consumers‘, sage ich einmal.“

Luisi sagt das, um den Wind aus den Segeln zu nehmen. Der Grund dafür ist das neue eigene CD-Label der Wiener Symphoniker, das im Oktober startete. Schon seit Langem wird von vielen Seiten geunkelt, dass die CD ein aussterbendes Medium sei. Manche Experten geben ihr noch zehn, 15 oder 20 Jahre und betonen die immensen Potentiale von Internet und Social Media. Zwar gibt es auch andere Stimmen, die der CD als haptisches Produkt nicht nur für Sammler weiterhin Bedeutung beimessen; wenn aber Orchester erst in den vergangenen Jahren verstärkt mit eigenen CD-Labels an den Start gehen,

kommt das für viele etwas spät. In Wien sind die Symphoniker das erste Orchester mit einem eigenen Label.

Sonst aber hatte das London Symphony Orchestra im Jahr 2000 das erste orchestereigene Label ausgetüftelt, frühe eigene Akzente setzte auch das San Francisco Symphony mit seinem Chef Michael Tilson Thomas. Das Concertgebouw-Orchester in Amsterdam ist genauso vertreten wie das Chicago und das Boston Symphony oder das Royal und das Rotterdam Philharmonic Orchestra. Auch das Petersburger Mariinsky-Theater ist zu nennen, und seit 2009 hat auch das Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks in München ein eigenes CD-Label. Dabei fällt auf, dass die

Foto: Martina Draper/PR



Premiere für ein neues Label: Fabio Luisi und Gergely Sugár (M.l. und M.r.) präsentieren die erste Aufnahme der Wiener Symphoniker unter eigener Flagge.



Ein Orchester mit großer Tradition: die Wiener Symphoniker.

Wiener Symphoniker zweigleisig fahren – ähnlich wie der BR in München.

Denn einerseits werden Neuproduktionen veröffentlicht, andererseits stöbert das Orchester im eigenen Schallarchiv. So sind bereits die Sinfonien Nr. 1 von Gustav Mahler und Johannes Brahms erschienen: Erstere ist eine neue Einspielung unter Luisi, Letztere eine historische von 1952 unter Sergiu Celibidache. Und da die Wiener Symphoniker auch auf Vinyl setzen, gibt es zumindest Mahlers „Titan“ auch auf Schallplatte. Eine Besonderheit in Wien ist indes, dass die Musiker beim neuen Label eingebunden sind: Ein Kogeschäftsführer des neuen, eigenen Labels ist der Hornist Gergely Sugár.

Bei den Symphonikern hat diese Musikerbeteiligung eine lange Tradition. Schon in den fünfziger Jahren gründeten die Mitglieder des Orchesters eine eigene Gesellschaft für Urheber- und Leistungsschutzrechte, was seinerzeit ein Novum und fast schon revolutionär war. Die Musiker haben ihre Rechte selber verwaltet, aus eigener Tasche ein Studio aufgebaut und selber Aufnahmen finanziert. „Mit dem neuen Label möchten wir diese Tradition der Wiener Symphoniker wiederbeleben“, sagt Sugár. Sonst aber möchte der Orchester-Geschäftsführer Johannes Neubert, der zuletzt bei den Tonkünstlern Niederösterreich wirkte, den Klangkörper als „das traditionsreiche Wiener Konzertorchester auch auf dem internationalen Tonträgermarkt als starke Marke“ etablieren.

Doch da gibt es einen Haken: Gerade kleinere Labels beobachten die Gründung von orchestereigenen Labels mit

Sorge, auch weil wichtige Kooperationspartner wegzubrechen drohen. Neubert kann diese Sorgen nicht verstehen: „Kooperationen mit anderen Labels wird es trotzdem noch geben“, sagt er. „Die Markenbildung ist uns aber viel zu wichtig, um sie anderen Labels zu überlassen. Das ist unser Herzensanliegen“, wobei es auch um die Leistungsschutzrechte geht. „In der Vergangenheit wurden mit verschiedenen Labels diverse Projekte

realisiert, die diese dann wieder an Drittlizenznehmer weiterverkaufen“, sagt WS-Label-Manager Hubert Haas von Solo Musica.

„Wir wollen alles in einer Hand haben“, schließt

Luisi – womit er auch die Gestaltung des Labels, das Repertoire und die Auswahl der Werke meint. „Wir respektieren andere Firmen in ihren künstlerischen Entscheidungen, aber wir wollen für uns und bei uns unsere künstlerischen Entscheidungen behalten und treffen.“ Und weil die Erste von Mahler nur wenige Jahre vor der Gründung des Orchesters entstanden ist und das Werk seit rund 100 Jahren zum Kernrepertoire der Symphoniker zählt, ging es mit ihr für das neue Label los. Schade nur, dass für den Start keine Ersteinspielung ausgesucht wurde, zumal auch Uraufführungen die Geschichte des Orchesters prägten.

Ob Anton Bruckners Neunte, die „Gurre-Lieder“ von Arnold Schönberg, das Konzert für die linke Hand von Maurice Ravel oder Franz Schmidts „Buch mit sieben Siegeln“: Solche Werke wurden von dem Orchester uraufgeführt. „Ich bin aufgeschlossen für Ersteinspielungen jeglicher Art“, erwidert der Labelmanager Haas. „Aber wenn

man ein Label neu bildet und in die Welt trägt, muss man mit einem Repertoire beginnen, das speziell auch für die USA und Japan interessant ist. Man muss das Label erst platzieren. Für die USA und Japan ist Mahler – zumal die Erste – eine hervorragende Wahl, um dort ein Label ins Leben zu rufen.“

Für die Zukunft möchte niemand andere programmatische Weichenstellungen ausschließen. „Es ist schon sehr wichtig, auch Erweiterungen vorzunehmen“, räumt Neubert ein, wobei er nicht nur die Musik des 20. und 21. Jahrhunderts meint. „Müssen wir uns die Wiener Klassik und den Barock so stark von Spezialensembles aus der Hand nehmen lassen? Das ist auch eine Erweiterung, die ich sehe. Aber im Kern gilt das traditionelle Repertoire des Orchesters, und da ist Mahler einer der ganz wichtigen Komponisten und das, womit eine Identität und ein Markenkern ausgebildet werden.“ Ob dies mit dem neuen Label gelingt? Die Zeit wird es zeigen. ■

## Diskographischer Querschnitt durch die Geschichte: von Celibidache bis Fabio Luisi

### Die ersten CDs

- **Brahms**, Sinfonie Nr. 1; Wiener Symphoniker, Sergiu Celibidache (1952); WS CD 4260313960026
- **Mahler**, Sinfonie Nr. 1; Wiener Symphoniker, Fabio Luisi (2012); WS CD 4260313960019 (auch auf Vinyl)
- **Mahler**, Sinfonie Nr. 6; Wiener Symphoniker, Fabio Luisi (im Frühjahr 2013)

(Das Label der Wiener Symphoniker ist ein Sublabel von Solo Musica und im Vertrieb von Naxos.)

