

Zehn Jahre Profil – Edition Günter Hänssler

Der Sternstundensammler

Herr Hänssler, herzlichen Glückwunsch zu zehn Jahren Profil. Ein Grund zu feiern, in einem Jahr, das von der Codæx-Vertriebspleite geprägt ist – oder doch eher der bange Blick nach vorne?

Grundsätzlich ist das ein Grund zu feiern. Vor zehn Jahren waren die Verhältnisse auch nicht ganz einfach. Ich kann mich noch gut dran erinnern, als wir das erste Mal bei der Musikmesse MIDEM waren und noch wenig zum Vorstellen hatten. Da kamen ehemalige Vertriebspartner zu mir, um mir Glück zu wünschen. So nach dem Motto: Sie müssen ja schön verrückt sein. Die Vertriebssituation ist sicher nicht einfacher geworden, aber die, die heute noch dabei sind, machen das mit einer großen Leidenschaft. Und die Klassik-Kundschaft ist nach wie vor da.

Wofür steht das Label in seinem zehnten Jahr?

Mich hat einmal jemand als Sternstundensammler bezeichnet, und das ist das, was ich gerne sein möchte. In den Archiven ist sehr viel an Schätzen vorhanden, die müssen nur kundig geborgen werden.

Was muss eine Aufnahme haben, damit Sie sagen: Die veröffentlichen wir, die passt zu uns!

Ein wesentliches Kriterium ist immer: Was gibt es zu diesem Werk bereits auf dem Markt, und was ist das Alleinstellungsmerkmal? Manchmal muss man allerdings auch kleine Abstriche machen: Wir haben mal ein Beethoven-Klavierkonzert mit Emil Gilels und Günter Wand veröffentlicht. Alle, die das Konzert erlebt haben, haben von einem magischen

Augenblick gesprochen. Wer ganz genau hinhört, wird allerdings feststellen, dass der Flügel am Ende des Konzerts minimal an Stimmung verloren hat. Das sind dann Momente, in denen man mit sich selber ringt, und ethische Fragen, die man sich als Publizist stellt.



Wie hat sich Profil in den zehn Jahren entwickelt?

Damals hat jeder gedacht, wenn Günter Hänssler ein neues Label macht, wird das wieder den Touch von geistlicher Chormusik haben. Das habe ich natürlich nicht gemacht, aus verschiedenen Gründen. Unsere Schwerpunkte liegen im Moment im Bereich Sinfonik, Konzert und mehr und mehr auch Oper. Das ist eine Leidenschaft von mir. Gerade veröffentlichen wir einen historischen „Ring“ unter Hans Swarowsky von 1968.

Bei Profil werden aber nicht nur historische Schätze veröffentlicht.

Wir machen auch Neuaufnahmen, aktuell bekommen wir einen ECHO für das von David Geringas und dem Gringolts-Quartett eingespielte Quintett in fis-Moll von Braunsfels. Neuaufnahmen sind heute im Orchesterbereich wegen der hohen Kosten jedoch kaum noch möglich.



Die große Jubiläums-Edition

Günter Wand – The Radio Recordings: Werke von Bach, Haydn, Mozart, Beethoven, Bruckner, Strauss, Strawinsky, Fortner, Messiaen, Zimmermann, Ligeti u. a. ; WDR-Sinfonieorchester, NDR-Sinfonieorchester, BR-Symphonieorchester, SWR-Radio-Sinfonieorchester Stuttgart; Profil/Naxos 20 CDs 881488130386

Ebenfalls erschienen

Edition Staatskapelle Dresden Vol. 34: Busoni, Nocturne symphonique; Pfitzner, Klavierkonzert; Reger, Eine romantische Suite; Tzimon Barto, Staatskapelle Dresden, Christian Thielemann (2012); Profil/Naxos 2 CD 881488120165



Günter Hänssler

Foto: PR

Was sind die Highlights im Katalog?

Im Moment sind zirka 450 Titel lieferbar, dazu veröffentlichen wir jedes Jahr zwischen 40 und 50 Tonträger. Zu unseren Highlights gehören die alten Pultstars wie Günter Wand, Bernard Haitink, Kurt Sanderling, Wolfgang Sawallisch, Yuri Ahronovitch, Ferdinand Leitner, Jukka-Pekka Saraste oder Colin Davis bis hin zur jüngeren Generation wie Christian Thielemann. Anfang 2014 kommt Bruckner 3 in der Urfassung mit Nêzet-Séguin. Das passt gut zu unserem Bruckner-Schwerpunkt, den wir dieses Jahr mit einer fast vollständigen 20-CD-Bruckner-Edition gesetzt haben.

Welche Fragen drängen im Moment im Bereich der Independent-Labels?

Die gleichen, die wir uns schon vor zehn Jahren gestellt haben: Was ist bei einem Publikum, das ein tieferes Klassikinteresse hat, gefragt? Da haben wir es uns auch nie leicht gemacht. Natürlich hätten wir fürs Auto Zusammenstellungen von Griegs „Morgenstimmung“ und der „Air“ von Bach machen können. Aber das hat mich nie interessiert.

Interview: Björn Woll

Alle für einen, einer für alle

Herr Kahleyss, Sie sind Vorsitzender von CLASS. Wer genau verbirgt sich dahinter?

CLASS entstand aus einer spontanen Idee als Zusammenschluss verschiedener Independent-Labels und Vertriebe aus dem Klassikbereich, um größer und schlagkräftiger zu werden. Vor allem mit Blick darauf, dass wenige Große den Markt im Grunde alleine gestaltet haben. Wir sind zwar, jeder für sich genommen, immer noch kleine Mäuse, aber viele Mäuse zusammen machen auf den Kater durchaus Eindruck. Von der Struktur her ist CLASS ein eingetragener Verein; wir verstehen uns vor allem als Plattform, auf der sich die Mitglieder zu gemeinsamen Aktivitäten untereinander vernetzen können.

Mit welchen konkreten Zielen haben Sie den Verein ins Leben gerufen?

Die Zielformulierung ist die Förderung eines breiten Musikangebots und die gegenseitige Stützung der Mitglieder, sowohl informell als auch mit gemeinsamen Auftritten am Markt und gegenüber Organisationen.

Sie blicken mittlerweile auf eine 15-jährige Geschichte zurück, die für den Tonträgermarkt durchaus eine schwierige war. Was waren die größten Einschnitte im Hinblick auf die Independent-Labels?

Da müssen wir mit der allgemeinen Situation anfangen. Wir hatten bisher ein Drei-Schichten-System: Produzent/Label – Vertrieb – Einzelhändler. Auf diesem Weg kamen die Platten zum Endverbraucher. Durch die Möglichkeiten, die das Internet bietet, sind vor allem die Händler geschwächt worden. Da hat es einen dramatischen Wandel gegeben, der auch Einfluss hat auf die Labels und

Vertriebe. Gerade Independent-Kataloge, die viele Spezialitäten enthalten, sind auf Empfehlungen angewiesen. Denn oft genug geht es da um Komponisten und Künstler, die der durchschnittlich musikhistorisch informierte Musikliebhaber nicht kennt. Diese Empfehlungsleistung durch den Händler lässt sich durch Internetplattformen nur bedingt substituieren.

Wie ist die Stimmung bei den Independents, vor allem nach der dramatischen Pleite von Codæx im Frühjahr, immerhin einem der bis dato größten Vertriebe im Klassiksektor?

Solche Zeichen der Zeit führen zur Vorsicht. Bei einigen Labels ist zu beobachten: Wer früher drei CDs im Monat veröffentlicht hat, macht jetzt erstmal nur noch zwei. Solche Zurückhaltung ist auch durchaus sinnvoll. In der Klassik sind derzeit über 70.000 Titel lieferbar. Wenn wir da selbstkritisch sind, muss man sagen: Nicht alles davon muss wirklich sein.

Was sind die wichtigsten Fragen für die Independent-Labels, auf die am drängendsten Antworten gesucht werden?

Wichtig ist die Frage, wie sich der Markt für die nicht physischen Tonträger entwickelt. Im Bereich Download und Streaming passiert bereits viel, das große Problem ist nur: Damit ist kein Geld zu verdienen, zumindest bisher nicht. Weder für die Künstler noch für die Produzenten. Beim Streaming reden wir über die dritte Stelle hinterm Komma, wenn's um die Erlöse geht. Das ist geradezu lächerlich. Damit Geld zu verdienen gelingt allenfalls Künstlern wie Lady Gaga, mit einem Independent-Klassiklabel schaffen Sie das sicher nicht.



Rainer Kahleyss

Foto: PR

Brauchen wir für die Klassik andere Bezahlmodelle?

Vielleicht. Und wir müssen sehen, was an die Stelle der Marktstruktur treten kann, die in der alten Form so nicht mehr flächendeckend funktioniert, beziehungsweise wie wir die noch vorhandenen Strukturen stärken und stützen können.

Ist ein Teil der Aufgabe, bei Konsumenten das Bewusstsein dafür zu schaffen, dass Qualität ihren Preis hat – auch in der Klassik?

Das betrifft sogar den gesamten Bereich der Musik. In den Köpfen vieler Menschen hat sich offenbar das Bewusstsein breitgemacht: Musik gibt's kostenlos. Oft sogar mehr, als man überhaupt hören mag. Denken Sie nur an die Dauerberieselung in Restaurants. Oft wird gar nicht darüber nachgedacht, wer diese Leistung eigentlich erbringt, dass da Künstler dahinterstecken, die davon leben müssen.

Noch eine Frage zum Schluss: Ist CLASS trotz aller Fährnisse des Marktes eine Erfolgsgeschichte?

Absolut. Allein wenn Sie bedenken, dass wir es geschafft haben, uns viermal im Jahr über unser Magazin „CLASS aktuell“ einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Darüber hinaus gibt es gemeinsame Auftritte auf den großen Messen, um nur zwei Pfeiler zu nennen.

Interview: Björn Woll

Association of Classical Independents in Germany

CLASS