

Kaisers Erben

Der Kaiser hat es vorgemacht. Joachim Kaiser, langjähriger Musikredakteur der Süddeutschen Zeitung und nicht zuletzt Autor eines Buches über „Große Pianisten in unserer Zeit“, stellte in einer CD-Edition der Süddeutschen Zeitung 14 große Pianisten auf 20 CDs vor. Klassikkenner dürften natürlich die Aufnahmen von Rubinstein, Fischer, Argerich und anderen schon längst im Plattenschrank gehabt haben. Aber die Edition war schön aufgemacht und mit 98 Euro recht preiswert, so dass der eine oder andere Fan sich vielleicht die Sammlung gegönnt hat. Zudem erreichte die Edition, die in der SZ und darüber hinaus höchst professionell vermarktet wurde, ein großes Publikum und verkaufte sich wunderbar.

Das Ergebnis: Goldgräberstimmung in der Branche. In Zeiten, in denen die meisten Zeitungsverlage mit schwindender Leserschaft und einem rückläufigen Anzeigenmarkt zu kämpfen haben, ist ihnen jedes lukrative Nebengeschäft willkommen. Warum soll man die eigene Meinungsmacht nicht dazu einsetzen, den Lesern auch Kultur zu verkaufen? Die Zeitung als Marke.

Die Frankfurter Allgemeine brachte zum Gesamtpreis von 339,- Euro 20 Opern auf DVD heraus und versprach einen „Logenplatz für die schönsten Opernhäuser der Welt“. Dass bei der Auswahl neben Highlights auch weniger bekannte Werke berücksichtigt wurden, sei positiv angemerkt.

Nun starten fast zeitgleich zwei weitere Reihen: „Die Zeit“ widmet sich in einer 20-bändigen Klassik-Edition (Gesamtpreis 159,- Euro) Legenden und Stars in Buchform mit beigelegter CD – von Menuhin bis Callas und von Meyer bis Norrington. Ein Exemplar dieser Edition, die sich aus dem EMI-Classics-Katalog speist, verlosen wir auf Seite 6.

„Die Welt“ und „Welt am Sonntag“ arbeiten mit den Berliner Philharmonikern zusammen. Diese feiern 2007 ihr 125-jähriges Bestehen und promoten mit der Serie ihr eigenes neues Label. Für 129 Euro kann man zwölf CDs im goldgeprägten Schubert erhalten. Die Zeit-Edition glänzt übrigens ebenso golden. Und mit Furtwängler, Celibidache, Karajan und Rattle werden gleich vier bedeutende Dirigenten in beiden Editionen groß gewürdigt: Die Zahl der Klassik-Stars lässt sich halt nicht beliebig vergrößern ...

Allen Zeitungen gemein ist, dass sie – wie übrigens auch das FONO FORUM – ein in der Regel gut betuchtes Bildungsbürgertum zu ihren Lesern zählen. Und eine Klassik-Edition ist bei diesen Medien nicht nur eine Verkaufs-, sondern auch eine Imagefrage. Die im Handel erhältlichen Editionen verweisen wieder auf die vier überregionalen Zeitungen.

Dem Klassik-Freund kann das egal sein. Wenn er in diesen Sammlungen zum vernünftigen Preis eine gute Leistung geboten bekommt, kann er zugreifen. Wenn außerdem eine Generation, die größtenteils durch Pop- und Rockmusik sozialisiert wurde, durch solch publikumsträchtige Aktionen an die klassische Musik und ihre Stars herangeführt wird, ist das für die gesamte Klassik-Branche ein Gewinn.

Übrigens: Die Süddeutsche wird nach den großen Pianisten bald bedeutende Geiger würdigen. Wir wünschen ein glückliches Händchen bei der Auswahl und gutes Gelingen.

Viel Freude beim Lesen und Musikhören wünscht Ihnen



Gregor Willmes



Foto: Christina Guldnering

