

„Wir haben 1.500 CDs in der Planung“



Das Label Naxos feiert sein 20-jähriges Bestehen. Es hat sich in dieser Zeit nicht nur zu einer der erfolgreichsten unabhängigen Schallplattenfirmen entwickelt, sondern den ganzen Musikmarkt verändert. Gregor Willmes sprach mit **Klaus Heymann**, dem Gründer und Chef, über den Erfolg und die Zukunft von Naxos.

Fotos: Naxos

Gregor Willmes Lieber Herr Heymann, herzlichen Glückwunsch zu 20 Jahren Naxos. Was war schwieriger: das Label aufzubauen und zu einem der bedeutendsten der Welt zu machen oder das Label in den letzten zehn Jahren auf diesem Niveau zu stabilisieren?

Klaus Heymann Der Aufbau war sehr viel schwieriger, weil ich für den Vertrieb Firmen gründen oder von anderen übernehmen musste. Aber

GW Sie sind mittlerweile oft kopiert worden, sei es von den Majors, die heute ihren gesamten Katalog in günstigen Reihen vermarkten, sei es von anderen Anbietern wie etwa Brilliant Classics, die die Preisschraube noch weiter nach unten gedreht haben. Ist Ihr Geschäft dadurch schwieriger geworden?

KH Die Großen machen nicht das Gleiche. Die verkaufen ihren Backkatalog zum

boten, alle Baryton-Trios von Haydn aufzunehmen. Vivaldi gibt es noch nicht komplett, Händel wohl auch noch nicht. Und es gibt im 20. Jahrhundert Komponisten, die haben vielleicht 500 Werke geschrieben, von denen noch keines aufgenommen worden ist. Jetzt produzieren wir gerade sämtliche Klavierkonzerte von Ferdinand Ries. Es gibt noch enorm viel schöne Musik zu entdecken. Wir haben

zurzeit etwa 1.500 CDs in der Planung.

GW Gilt denn noch Ihre Aussage, dass Sie einzelne Werke nicht mehrfach aufnehmen?

KH Im Prinzip ja. Obwohl man niemals „nie“ sagen soll. Ich habe einmal den Katalog durchforstet: Was wir vor 20 Jahren, in der Frühzeit des Labels, aufgenommen haben, kann dem heutigen Standard nicht mehr durchgängig entsprechen. Wir haben heute amerikanische Top-Orchester, wir arbeiten mit London Philharmonic und London Symphony. Die standen uns damals nicht zur Verfügung.

„Neu war, dass wir neue Aufnahmen zum Niedrigpreis veröffentlicht haben“

auch, weil es in den ersten zehn Jahren noch sehr viel schwieriger war, gute Künstler und Orchester zu verpflichten. Heute rennen einem die Musiker mit Projekten und günstigen Konditionen die Tür ein.

GW Der Erfolg von Naxos war von Anfang an verbunden mit den günstigen Preisen der CDs. Sie haben quasi dem Bereich des Budget-Labels eine ganz neue Bedeutung zugewiesen. Wie kamen Sie darauf, die CDs so konsequent preiswert anzubieten?

KH Vor Naxos hatte ich schon Marco Polo gegründet, ein Nischen-Label, dessen Produkte zum Hochpreis verkauft wurden. Als ich dann Standard-Repertoire aufnehmen und überhaupt eine Bedeutung auf dem Markt erreichen wollte, habe ich mir überlegt: Wie kannst du das machen? Du hast nicht die Berliner oder Wiener Philharmoniker, auch nicht das Geld, um große Stars zu verpflichten. Du musst also, wenn du Standard-Repertoire verkaufen willst, weltweit unter den Preis gehen. Das war die relativ simple Geschäftsidee.

niedrigen Preis. Neu war, dass wir neue Aufnahmen zum Niedrigpreis auf den Markt gebracht haben. Und das in einer enormen Repertoire-Breite. Versuchen Sie einmal bei den Majors die kompletten Orchesterwerke von Barber oder Lutoslawski zum Niedrigpreis zu kaufen. Brilliant macht sein Geschäft über große Boxen, für die sie zum großen Teil existierende Produktionen lizenzieren. Ich könnte preislich mit meinen alten Aufnahmen damit konkurrieren, aber ich will die Musik nicht verramschen.

GW Naxos hat sich von Anfang an auch den Raritäten verschrieben. Damals war das sehr innovativ, heute setzen fast alle Mitbewerber zumindest auch auf Raritäten. Ist nicht irgendwann ein Ende der Fahnenstange erreicht?

KH (Lacht) Wenn man sich all die Lexika und Kataloge anschaut, weiß man, dass in der Geschichte des Abendlandes vielleicht zwei oder drei Million Stunden Musik komponiert worden sind. Davon sind erst hunderttausend Stunden aufgenommen. Gerade hat mir jemand ange-

Biographie

Klaus Heymann – 1936 geboren in Frankfurt am Main – wurde als Neunjähriger von seiner Mutter erstmals „in ein Konzert geschleppt“, das ihn nachhaltig für klassische Musik entflammte. 1967 ging er nach Hongkong, um ein Büro der amerikanischen Zeitung „The Overseas Weekly“ zu eröffnen, für die er zuvor schon in seiner Heimatstadt gearbeitet hatte. 1969 gründete er seine erste Firma, ein Versandhandelsunternehmen. Später war er auch im Bereich des HiFi-Vertriebes aktiv, beispielsweise für Bose und Revox. Kurz darauf begann Heymann, Klassik-Konzerte zu organisieren und Klassik-Platten zu vertreiben. Mit seiner Unterstützung gelang es, das Hong Kong Philharmonic Orchestra vom Amateur- in ein Profi-Orchester zu überführen. Und als die japanische Geigerin Takako Nishizaki als Solistin mit dem Orchester auftrat, fand Heymann die Frau fürs Leben.

Als Arbeitsbeschaffungsmaßnahme für Takako Nishizaki begann der Geschäftsmann und Musikliebhaber, die ersten Schallplatten aufzunehmen, „denn als ich bei ihrem Vater um die Hand angehalten hatte, er war selbst ein sehr berühmter Geigenlehrer, hatte er mir gesagt: ‚Lieber zukünftiger Schwiegersohn, bis heute habe ich sie am Üben gehalten, von jetzt an ist das deine Pflicht.‘ Die Bedeutung von Takako Nishizaki für Naxos ist kaum hoch genug einzuschätzen. Klaus Heymann, der sich übrigens mit 90 zur Ruhe setzen will, um dann mehr Zeit fürs Golfen zu haben, meint: „Sie ist meine wichtigste Ratgeberin, war es von Anfang an. Sie ist diejenige, die sagt: ‚Dieser Künstler ist wirklich außergewöhnlich.‘ Oder: ‚Ordentlich. Mit dem kann man leben.‘ Oder: ‚Lass lieber die Finger davon.‘ Sie ist unbestechlich. Ob sie Leute kennt oder nicht, spielt keine Rolle. Ich sage ihr auch meistens nicht, wer spielt. Sondern ich sage nur: ‚Hör dir das mal an.‘ Dann kommt nach spätestens fünf Minuten das Urteil.“

Sämtliche Werke von Fritz Kreisler zählten zu den ersten Aufnahmen Heymanns. 1978 nahm Takako Nishizaki das Violinkonzert „The Butterfly Lovers“ auf, welches ihm in Asien einen großen Erfolg bescherte. Kurz darauf gründete er das Label „HK“, das sich darauf spezialisierte, chinesische Sinfonik mit asiatischen Orchestern aufzunehmen. Es folgte das Raritäten-Label Marco Polo. Als die Produktionskosten für CDs sanken, sah Heymann die Chance, ein Budget-Label international zu positionieren, und gründete 1987 das Label Naxos.



Klaus Heymann mit Takako Nishizaki, die Geigerin und seine wichtigste Ratgeberin ist.

Also große Orchesterwerke, die vielleicht auch klanglich nicht so gut festgehalten wurden, weil wir nicht in den besten Sälen aufnehmen konnten, werden wir teilweise neu machen. Aber das sind nicht viele. Ich denke vielleicht an 50 bis 100 Aufnahmen. Dann kommt hinzu, dass mehr und mehr wirklich große Namen gern zu uns kommen, aber auch ab und zu ein Standardwerk aufnehmen möchten. Da muss ich schauen, was wir ersetzen können oder ob wir vielleicht doch zwei Versionen des gleichen Werkes im Katalog haben können. Da bewegt sich etwas.

GW Ein wesentliches Element in Ihrer Repertoire-Politik war immer das der Serie. Welches war Ihre umfangreichste Gesamteinspielung?

KH Die umfangreichste Reihe war bis jetzt die sämtlicher Werke von Johann Strauß auf Marco Polo, die jetzt auf Naxos veröffentlicht wird. Das

größte Œuvre wird wohl das von Vivaldi sein, den wir komplett aufnehmen möchten. Dann machen wir die Klaviermusik von Liszt, die es ja schon mit Leslie Howard bei Hyperion gibt.

GW Und das zieht die Sammler an? Die kaufen dann beispielsweise jede Ausgabe mit Scarlatti-Sonaten?

traktierten Gemälden dominierten. Mittlerweile gibt es immer mehr Naxos-CDs, auf denen Interpreten abgebildet sind, Marin Alsop zum Beispiel. Hat hier ein Umdenken stattgefunden?

KH Jein. Wir waren eigentlich nie den Künstlerbildern auf den Covers abgeneigt. Aber es ist eine Kostenfrage.

„Mehr und mehr wirklich große Namen wollen gern zu uns kommen“

KH Ja. Zumal es sie noch nicht alle auf Klavier gibt. Ich weiß, dass sie ursprünglich für Cembalo geschrieben worden sind, aber ich höre sie mir viel lieber auf dem Klavier an. Und viele andere Leute offensichtlich auch.

GW Das Konzept des Repertoire-Labels drückte sich lange auch in der Cover-Gestaltung aus: Weiße Cover mit gegenständlichen oder abs-

Wenn die Großen heute eine CD herausbringen, geben sie manchmal mehr für das Cover-Bild aus als für die Produktionskosten. Bei einem Star-Fotografen kann das zwischen 5.000 und 10.000 Euro liegen. Ich sage meinen Künstlern immer wieder: „Kinder, ich drucke gern euer Bild auf das Cover, aber es muss ein Bild sein, das mit dem konkurrieren kann, was

man auf den Platten der hochpreisigen Labels findet.“ Wenn Künstler eine Serie aufnehmen, muss man für jedes Cover neue Aufnahmen machen, damit es nicht immer denselben Hintergrund gibt. Wenn jemand mit einem guten Foto ankommt, drucken wir das auf das Cover. Aber dann muss er, wenn es eine Serie von 16 Folgen ist, am Anfang bereits 16 Bilder mitbringen.

GW Welches sind die erfolgreichsten Naxos-Künstler auf dem deutschen Markt?

KH Zuerst einmal die Cellistin Maria Kliegel, die mittlerweile fast 20 Jahre bei uns ist. Das Kölner Kammerorchester verkauft sich sehr gut. Auch Bernd Glemser hat sich immer gut verkauft, bevor er zu Herrn Oehms gegangen ist.

GW Die Interpreten stehen auch bei Naxos Historical im Vordergrund. Welchen Anteil am Gesamtumsatz hat dieser Bereich mittlerweile? Verkaufen Sie heute mehr Callas-CDs als EMI und mehr Horowitz als Sony BMG?

KH (Lacht) Der Anteil am Gesamtumsatz liegt unter drei Prozent. Wir haben die gleiche Erfahrung gemacht

wie die ursprünglichen Labels, dass das außer bei ein paar großen Namen kein Geschäft ist. Nur im Gegensatz zu den Firmen, denen die Aufnahmen ursprünglich gehörten, machen wir trotzdem auch Raritäten weiter.

GW Benno Moiseiwitsch und Ignaz Friedman sind also Ihr Hobby?

KH Genau. Moiseiwitsch ist das typische Beispiel. Da gibt

es nur noch eine Aufnahme bei EMI, wir machen ihn komplett. Wir müssen ja nicht von Moiseiwitsch leben. Wir haben genügend Geldquellen, durch die es uns heute ausgezeichnet geht. Ich kann mir also viele solcher Hobbys leisten, beispielsweise Lutos-

Mit Moiseiwitsch lässt sich kein Geld verdienen

lawski und Penderecki komplett – damit kann man auch kein Geld verdienen.

GW Sie sind ein internationales Label, das auf vielen verschiedenen Märkten gleichzeitig erfolgreich sein will. Führt das dazu, dass Sie spanische Künstler spanisches Repertoire einspielen lassen, französische Musiker französisches und asiatische Künstler asiatische Musik?

KH Das war von Anfang an mein Ziel, aber zu Beginn sehr viel schwieriger zu realisieren. Das hängt auch mit den Herren Kritikern zusammen, die dann immer schreiben: „Das ist eine idiomatische Aufführung. Das Orchester hat das im Blut.“ Außerdem hilft es natürlich in dem entsprechenden Markt: Wir haben früher sehr viel englische Musik in Neuseeland aufgenommen. Wenn wir etwa die Elgar-Märsche stattdessen in London aufgezeichnet hätten, hätten wir drei Mal so viel davon in England verkaufen können.

GW Bieten Sie alle Ihre Produktionen dauerhaft weltweit an?

KH Ursprünglich war das die Philosophie. Das hat sich geändert, weil uns mittlerweile so viele Produktionen angeboten werden, dass wir nicht mehr alles überall veröffentlichen können. Wir bringen im

Monat etwa 25 bis 30 Titel heraus. Und wir haben diese heute in verschiedene Kategorien aufgeteilt: von A bis D. A muss in allen Ländern angeboten und beworben werden, B muss in allen Ländern verfügbar sein und zumindest über Rundfunk bewor-

ben werden, C sind Aufnahmen, die nur von regionalem Interesse sind. Und D sind Einspielungen, die es nur noch digital gibt. Die Künstler erhalten dann zwar eigene CDs, beispielsweise für den Konzertverkauf, ansonsten sind die Aufnahmen aber nur noch auf Naxos Music Library oder über iTunes bzw. eMusic verfügbar.

GW Sie haben von Hongkong aus ein weltweites Vertriebsnetz für die eigenen Produkte aufgebaut. Mittlerweile vertreiben Sie darüber auch zahlreiche andere Labels wie in Deutschland Profil, Hänssler, Arthaus, Euroarts, TDK, Opus Arte. Machen Sie mittlerweile mehr Umsätze mit dem Vertriebsgeschäft als mit den eigenen Produktionen?

KH Naxos macht fast überall noch mindestens 50 Prozent des Umsatzes aus. Aber in England haben wir fast ein Vertriebs-Monopol, wir vertreiben dort Hyperion, Chandos, BIS, außer Harmonia Mundi praktisch alle wichtigen unabhängigen Firmen, in Skandinavien ist das genauso. Und da wir die vier großen unabhängigen DVD-Video-Labels vertreiben, liegen wir in vielen Ländern immer noch bei 30 Prozent Marktanteil im klassischen DVD-Video-Geschäft.

GW Obwohl der DVD-Vi-



BEETHOVENFEST BONN

Philharmonia Orchestra,
Sir Andrew Davis,
The Israel Philharmonic Orchestra,
Zubin Mehta, Julia Fischer,
The Hilliard Ensemble,
Academy of St Martin in the Fields,
Sir Neville Marriner,
Martina Gedeck, Gidon Kremer,
Choir of King's College Cambridge,
Jacques Loussier Trio,
Arditti Quartet, Beaux Arts Trio u.a.

TICKETS 0180-5001812*

INFO 0228-2010345

WWW.BEETHOVENFEST.DE

* 0,14 € / Min.

deo-Markt immer noch wächst, produziert Naxos relativ wenige eigene DVDs. Halten Sie sich hier zugunsten der Vertriebs-Labels zurück?

KH Ja. Wir werden uns in Zukunft vielleicht ein bisschen mehr engagieren, aber nicht in einer Weise, die mit den vorhandenen Labels konkurrieren wird.

GW Sie haben Naxos vom Klassik-Label aus konsequent ausgebaut, so dass es heute neben Naxos und Marco Polo noch Naxos Historical, Naxos Educational, Naxos World, Naxos Jazz, Naxos Jazz Legends, Naxos Nostalgia, Na-

xos Hörbücher und vieles anderes gibt. Ist solch eine breite Aufstellung notwendig für einen dauerhaften Erfolg?

KH Das fragen wir uns auch manchmal. Naxos Audio Books sind ein großer Erfolg

„Wir haben Tolstois ‚Krieg und Frieden‘ auf 52 CDs veröffentlicht“

geworden. Wir verdienen viel Geld damit, besonders seit wir angefangen haben, die englischen Texte ungekürzt zu präsentieren. Wir haben Tolstois „Krieg und Frieden“ in englischer Sprache auf 52

CDs veröffentlicht. Das ist ein Hit. Nostalgia und Jazz Legends sind kein großer kommerzieller Erfolg, weil es sehr viele andere Versionen von diesen Geschichten gibt. Naxos Historical ist mehr ein

Sie auch Downloads?

KH Die Library war ursprünglich nur für Bibliotheken, Universitäten, Schulen usw. gedacht. Das wird sich aber bald ändern, weil immer mehr Menschen es super fin-

den, so Musik zu hören. Wir haben schon viele andere Labels wie Chandos oder BIS integriert und rund 20.000 CDs in der Library.

GW Die kann man abonnieren?

KH Ja. Viele Künstler, Orchester und Konzertveranstalter abonnieren die Library, weil sie hier die Werke alle anhören oder beispielsweise Spielzeiten herausfinden können. Zum Herunterladen können Sie auf iTunes oder eMusic gehen. Und in Kürze starten wir classicsonline.com, einen exklusiven Klassik-Download-Service.

GW Wie viele CDs haben Sie mittlerweile im Katalog? Wie viele davon sind Klassik-CDs?

KH Bei Naxos liegen wir bei 4.000 bis 4.500, Marco Polo kommt mit ungefähr 1.200 CDs hinzu, Audio Books haben wir schon 2.000 oder 3.000 CDs produziert, insgesamt dürften wir zwischen 10.000 und 12.000 CDs liegen.

GW Gibt es eine Grenze des Wachstums?

KH Nein, durch das Internet gibt es gar keine Grenzen mehr. Wenn wir eine CD nicht mehr im Katalog behalten wollen, können wir sagen: „Lade dir die Aufnahme hier herunter.“

GW Vor drei Jahren haben wir über die Naxos Library geschrieben. Sie haben damals Ihren gesamten Katalog ins Internet gestellt und auf Harddisc erhältlich gemacht, aber nicht zum Herunterladen. Mittlerweile verkaufen

den, so Musik zu hören. Wir haben schon viele andere Labels wie Chandos oder BIS integriert und rund 20.000 CDs in der Library.

GW Die kann man abonnieren?

KH Ja. Viele Künstler, Orchester und Konzertveranstalter abonnieren die Library, weil sie hier die Werke alle anhören oder beispielsweise Spielzeiten herausfinden können. Zum Herunterladen können Sie auf iTunes oder eMusic gehen. Und in Kürze starten wir classicsonline.com, einen exklusiven Klassik-Download-Service.

GW Nur für Naxos-Produktionen?

KH Nein, für Naxos und Vertriebspartner.

GW Welche Rolle werden in Zukunft CDs noch spielen?

KH Sie machen immer noch 85 bis 90 Prozent des Umsatzes aus. Und ich bin sicher, dass die CD uns noch lange begleiten wird. Es gibt immer Leute, die das physische Produkt haben möchten. So wie bei Büchern. Vielleicht kommt noch ein anderes Medium, beispielsweise die HD-DVD, wenn sie günstig wird und einen größeren Marktanteil erreichen kann. Aber ich glaube: In fünf Jahren verkaufen wir sicherlich noch 75 Prozent der CDs, die wir heute umsetzen, und in zehn Jahren vielleicht noch 50 Prozent.

Termine

Festkonzert zum 20-jährigen Bestehen von Naxos:

Das traditionsreiche, von Helmut Müller-Brühl geleitete Kölner Kammerorchester gratuliert seinem Stamm-Label Naxos, dem es seit 1995 exklusiv verbunden ist, am 2. Juni in der Kölner Philharmonie mit einem klingenden Geburtstagsgruß: Es gestaltet einen Beethoven-Abend mit der „Coriolan“-Ouvertüre, der Sinfonie Nr. 5 und dem Klavierkonzert Nr. 5. Letzteres wird an diesem Abend für Naxos aufgezeichnet. Als Solist konnte der 20-jährige Bashkirov-Schüler David Kadouch gewonnen werden (vgl. Portrait in FF 7/06). Karten und weitere Informationen unter www.koelner-kammerorchester.de.

Schlosskonzerte Nordkirchen:

Auch in Westfalen wird das Label-Jubiläum gefeiert: Denn welch schöneres Ambiente könnte es für eine Naxos-Kammermusikreihe geben als das prächtige „Westfälische Versailles“, das Barockschloss Nordkirchen. Es liegt rund 40 Kilometer südlich von Münster, wo wiederum die Naxos Deutschland GmbH mit ihrem Vertriebs- und Marketing-Büro angesiedelt ist. Als Hauptsponsorin arbeitet sie 2007 mit der Veranstaltergemeinschaft Schlosskonzerte Nordkirchen zusammen. Nachdem einige Naxos-Künstler bereits in diesem Frühjahr dort ihr Können eindrucksvoll demonstriert haben, kommt nach der Sommerpause, am 30. September, die Pianistin Idil Biret nach Nordkirchen. Der Bariton Roman Trekel wird am 21. Oktober zusammen mit dem Pianisten Ulrich Eisenlohr Lieder von Schubert, Brahms und Mahler gestalten. Das Abschlusskonzert der Nordkirchener Konzertreihe gibt am 4. November das Xyryon Trio: Mit Ida Bieler (Violine), Maria Kliegel (Violoncello) und Nina Tichman (Klavier) haben sich drei virtuose Solistinnen zusammengeschlossen, die – jede für sich – bereits seit Jahren zur internationalen Elite ihres Faches gerechnet werden. Weitere Informationen unter www.schlosskonzerte.nordkirchen.de.

Internet

www.naxos.de
www.naxos.com
www.naxosmusiclibrary.com
www.classicsonline.com

HIFI exklusiv

Sonderheft 1/2007

9,80 €

Burmester 10.800 € • Schwaiger 10.800 € • Göttinger 11.200 €
Nagra 12.500 € • Sumo 12.500 € • Brinkmann 16.500 €

HIFI exklusiv

Die High End-Highlights aus **STEREO**

Die Faszination vom
Klang und Technik



**JETZT FÜR
9,80 EURO
IM HANDEL!**

50 audiophile CDs:
**Diese Scheiben
muss man haben**

(SA)CD-Spieler:
Sumo-Marantz, Burmesters
Glanz-Stück, Überflieger
von Nagra

Plattenspieler:
Brinkmanns Traum, Preishit von
Rega, Klassiker: Transrotor AC

Super-Anlage:
**Das große
MBL-Erlebnis**

Aktiv hören:
Konzepte von T+A, Backes
& Müller und Linn im Test

Top-Klang zum Sparpreis:
**Günstiges HiFi mit
High End-Genen**

**Die interessantesten Test und Stories von
High End-Komponenten aus STEREO in einem Heft**

STEREO
Lesen, was klingt!

STEREO erscheint in der Reiner H. Mischke Verlags-GmbH • Tel.: (02251) 650 46-0 • Fax: (02251) 650 46-49