

Klassik aus dem Netz



Das Herunterladen von Musik aus dem Internet wird immer beliebter. Und längst geht es dabei nicht mehr allein nur um Drei-Minuten-Popsongs. **Die Klassik-Branche entdeckt das Download-Geschäft.** Gregor Willmes hat auf führenden Download-Seiten nach Klassik-Titeln gesucht und mit Entscheidern aus der Klassik-Branche über Gegenwart und Zukunft dieses Geschäftsmodells gesprochen.

re, die Musik auf PCs speicherten, sei von 2005 zu 2007 von 31 auf 37 Prozent gestiegen. Noch höhere Steigerungsraten weist laut dem Bundesverband Phono der Absatz kostenpflichtiger Downloads auf: 2004 wurden 7,5 Millionen Download-Singles verkauft, 2006 waren es bereits 25,2 Millionen.

Beim weitaus größten Teil der heruntergeladenen Musikdateien dürfte es sich wohl um Popsongs handeln. Doch auch das Klassik-Geschäft glänzte in den letzten Jahren mit globalen Steigerungsraten von bis zu 150 Prozent. „Was mit nichts anfängt, wächst sehr schnell“, sagt zwar Pieter van Winkel, der Chef des Labels Brilliant. Aber auch er arbeitet längst mit den führenden Download-Plattformen zusammen. Denn schnelle Internet-Anschlüsse wie DSL haben dazu geführt, dass Klassik-Freunde auch große Datenmengen relativ schnell herunterladen können und die Qualität der Downloads durch höhere Datenraten immer besser geworden ist.

Sicher ist, dass (mindestens) eine mittelständische deutsche Schallplattenfirma mit Downloads in diesem Jahr weltweit wohl bereits mehr als 100.000 Euro an Einnahmen erzielen wird – ohne dass

Netrebko, Lang Lang und Sir Simon tummeln sich dort, Herbert von Karajan erlebt seinen zweiten oder dritten Frühling, aber längst halten auch weniger populäre Klassik-Künstler Einzug auf den einschlägigen Download-Seiten im Internet. Das Herunterladen auch von klassischer Musik wird immer beliebter, die Vernetzungen zwischen Computer und Musikanlagen immer enger. „Das Ganze ist mittlerweile ein Millionengeschäft“, betont Christian Kellersmann, Geschäftsführer

Universal Classics & Jazz in Berlin, ohne sich über die eigenen Verkaufszahlen äußern zu wollen.

Statistiken speziell zur Klassik gibt es bisher noch nicht. Allerdings waren laut einer Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag der Deutschen Phonoverbände in Deutschland Anfang 2007 rund 16,6 Milliarden Musikdateien auf Rechnern, MP3-Playern und MP3-Handys gespeichert, im Vorjahr waren es noch 8,8 Milliarden. Der Anteil der Deutschen über zehn Jah-

Klassik bei den Download-Marktführern

Die Marktführer im Download-Bereich sind in Deutschland Apples iTunes Store (www.apple.com/de/itunes/) sowie die T-Online-Tochter Musicload (www.musicload.de). Beide Downloadshops bieten – wie mittlerweile auch viele andere – ein ständig größer werdendes Klassik-Repertoire zum Herunterladen an. Von den 2,2 Millionen Tracks auf Musicload entstammen – laut eigenen Angaben – zurzeit rund 125.000 Titel aus dem Jazz-Genre (knapp fünf Prozent des gesamten Musikangebots) und rund 250.000 Titel aus dem Bereich Klassik (gut zehn Prozent). iTunes – nach eigenen Angaben mit fünf Millionen Tracks der größte Download-Anbieter – macht zur Anzahl der Klassik- und Jazz-Titel keine Angaben. Um das jeweilige Angebot zu testen, haben wir bei beiden Seiten einmal gezielt nach Alben von fünf verschiedenen Klassik-Künstlern mit unterschiedlichem Bekanntheitsgrad gesucht. Auf iTunes fanden sich 95 Alben mit Simon Rattle, 397 mit Herbert von Karajan, sechs mit Glenn Gould, drei mit dem Dirigenten Fabio Luisi, acht mit der Geigerin Julia Fischer und immerhin noch zwölf mit dem Pianisten Gerhard Oppitz. Bei Musicload fanden sich 96 Alben mit Rattle, 120 mit Karajan, 40 mit Gould, eines mit Luisi, keines mit Julia Fischer und neun Alben mit Oppitz. Ein Seitenblick sei übrigens auch auf das Angebot der Download-Seite Sony Connect erlaubt: Dort wurden am Stichtag 28 Alben mit Rattle, 22 mit Karajan, 19 mit Gould, eines mit Luisi und keine von Julia Fischer und Gerhard Oppitz angeboten. Auffällig zudem, dass von Karajan kein einziges DG-Album zu erstehen war. So ist das eben, wenn die Mutter eines Majors einen eigenen Musikshop betreibt. Oft lassen sich die Tracks der verschiedenen Alben auch einzeln herunterladen. Bei iTunes kostet der einzelne Track 99 Cent (iTunes plus ist 30 Cent teurer), das ganze Album 9,99 Euro. Vorsicht ist bei allen Lowprice-Serien angesagt, da hier der Download gelegentlich teurer ist als die parallel erhältliche CD. Rattles EMI-Einspielung von Prokofjews fünfter Sinfonie beispielsweise kostet auf CD bei JPC 6,99 Euro, während dasselbe Album als Download bei iTunes für 9,99 Euro angeboten wird. Auch bei Doppelalben sollte man vorsichtig sein, da hier – systembedingt – iTunes zumeist einen Einheitspreis von 19,99 Euro verlangt und somit die Doppel-CDs mit demselben musikalischen Inhalt gelegentlich günstiger zu erhalten sind. Bei Musicload kosten einzelne Tracks zumeist 1,49 Euro, während die Albumpreise stärker als bei iTunes variieren. Aufnahmen mit Herbert von Karajan zum Beispiel kann man bereits ab 5,95 Euro herunterladen (Naxos historical), wobei der einzelne Track hier für 1,09 Euro zu erstehen ist. Weitere Download-Album-Preise sind 9,95, 12,95 und 14,95 Euro. Noch flexiblere Preise finden sich bei Sony Connect, wo selbst schon einzelne Tracks je nach Länge für 1,19, 3,09 oder 4,99 Euro angeboten werden. Ein Vergleich zur parallel erhältlichen CD lohnt allemal.



U. W./Will

wir ja, was den stationären Handel angeht, noch in einer relativ guten Situation, verglichen etwa mit Amerika. Dort gibt es wirklich schon Produktionen, die zu zwanzig Prozent digital verkauft werden. Das ist enorm.“

Matthias Lutzweiler, der den Verkauf und das Marketing von Hänssler Classic verantwortet, geht davon aus, dass „wir in den Jahren 2010/2011 mindestens 20 Prozent unseres Klassikumsatzes mit Online-Einnahmen erzielen“. Lutzweiler meint: „Man kann die Download-Thematik nur unterstützen, weil zu sehen ist, dass Nachfrage beim Endkunden definitiv besteht – das ist ermutigend.“ Und was verkauft sich im Internet besonders gut? „Auf der einen Seite werden vor allem Top-seller downgeloadet, aber in der Summe mindestens ebenso viele Titel, die entwe-

der Geschäftsführer den Namen seines Labels in unserer Zeitschrift lesen möchte. Typische Reaktion in der Plattenbranche. Denn nur Günter Hänssler, Gründer und Chef der Edition Profil, brach Ende Januar auf der MIDEM in Cannes das Kartell des Schweigens: „Aus den USA erhalte ich schon regelmäßig Schecks. Im Dezember waren das etwa 750 Dollar, was für so ein kleines Label wie unseres gar nicht schlecht ist.“

Amerika ist das richtige Stichwort. Denn wie in so vielen Bereichen sind auch im Download-Geschäft die USA Vorreiter: „Sie müssen sich mal vorstellen, wie viele Einwohner das Land hat und wie viele Klassik-Geschäfte es dort gibt“, sagt Michael Brüggemann, Vice President Classical Germany Sony BMG Music Entertainment, „dort ist das Distributions-Problem, das ein Online-Download lösen kann, noch ein viel größeres als bei-

In Amerika brummt das Geschäft mit den Klassik-Downloads

spielsweise in Deutschland. Download ist eine ganz einfache Möglichkeit, an Produkte heranzukommen, die man sonst gar nicht sieht.“ Brüggemann glaubt, dass es bei den Download-Nutzern durchaus eine klassikaffine Zielgruppe gebe, und belegt die These mit einem Beispiel: „Die ‚Appassionata‘-CD von Yo-Yo Ma etwa war gleich in ihrer ersten Veröffentlichungswoche das zweitbestverkaufte Online-Produkt in den Staaten. Das will schon einiges heißen.“

Auch Christian Kellersmann vermutet, dass die sinkende Verfügbarkeit von Tonträgern im Fachhandel ganz besonders in den USA zum Erfolg des Download-Handels beiträgt. „In Deutschland sind

der tatsächlich nicht mehr lieferbar oder aber alte Backlist-Titel sind, die viele Händler nicht mehr ins Regal stellen wollen.“

In Deutschland ist der Download-Markt vor allem einer der Zukunft: „Wenn der Gesamt-Marktanteil der Klassik in Deutschland bei den Downloads auch erst bei ein Prozent liegt – verglichen mit acht Prozent im physischen Bereich –, so ist das doch bemerkenswert, weil die Klassik anfangs bei den Downloads nicht sehr im Fokus stand. Deshalb erwarten wir für die nächste Zeit ein zügiges Wachstum“, stellt Stephanie Haase, Director EMI Classics Germany, fest.

Dass der Download-Markt im Klassik-Bereich große Zuwachsraten verspricht,

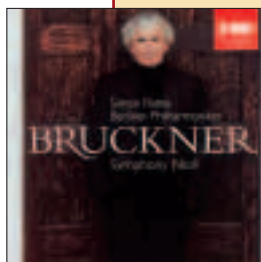
hat natürlich auch damit zu tun, dass dem Konsumenten immer mehr Angebote gemacht werden. „Der Download-Katalog wächst“, so Michael Brüggemann, „weil immer mehr technisch zur Verfügung gestellt wird. Das ist bei uns zunächst einmal ein rein technischer Vorgang. Die Daten müssen quasi für den Download eingerichtet werden, müssen die Spezifikationen von iTunes und Musicload erfüllen, was eine Zeit lang auch eine technische Hürde war, die ein automatisches Upload verhindert hat. Dieses Problem ist jetzt aber gelöst, und es werden sukzessive wirklich große Dateimengen ausgeliefert.“ Man achte dabei zum einen darauf, dass alle aktuellen Produkte und Neuheiten dabei seien, aber auch darauf, dass wichtige Teile des Kataloges verfügbar gemacht würden.

„Bei uns ist das im Moment Glenn Gould“, so Brüggemann. In Zukunft sollen bei Sony BMG auch immer mehr Aufnahmen zum Download angeboten werden, die auf CD nicht mehr verfügbar sind. „Das ist ein Vorteil des Downloads. Dass man das physische Problem der Distribution nicht mehr hat. Kein Händler kann alle Produkte führen, und die weitaus meisten haben nur eine limitierte Klassik-Auswahl. Wenn Sie beispielsweise in den Mediemarkt hineingehen, finden Sie oft nur vier Meter Klassik. Und selbst ein auf Klassik spezialisierter Händler kann nicht alle verfügbaren

Produkte bei sich in den Laden stellen. Das hat zur Folge, dass bestimmte Produkte einfach unter eine Schwelle rutschen, bei denen es sich nicht mehr lohnt, das physische Produkt am Lager zu halten oder eine Nachproduktion in geringster Menge zu machen. In Zukunft können wir allen Fans das Angebot unterbreiten, die gesuchte Aufnahme im Internet herunterzuladen.“

Im Moment scheinen sich die Raritäten-Sucher allerdings noch nicht allzu sehr im weltweiten Netz zu tummeln. So hat Robert Russ, bei Universal Classics & Jazz für den Katalog-Bereich verantwort-

Karajan zählt zu den Stars auf den Download-Plattformen



Rattle, Jansons und Lang Lang im Hörtest

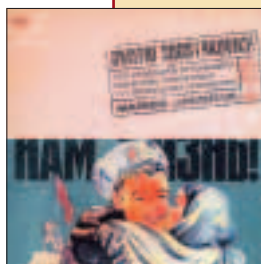
Wie gut klingen Downloads? Wie können Sie im Vergleich mit der CD bestehen? Und wie schlägt sich das neue Format iTunes plus?

Anhand dreier verschiedener Aufnahmen sind wir der Frage nachgegangen. Getreu dem Motto, dass man die Unterschiede umso deutlicher hört, je besser die Anlage ist, absolvieren wir unseren Hörtest mit folgenden Elementen: dem CD-Player Lindemann 820 S (Preis: 9.900 Euro), der Vorstufe Soulution 720 (14.000 Euro), der Endstufe Soulution 710 (18.000 Euro). Die Lautsprecher stammen von der Firma Wilson, ausgewählt haben wir das Modell Watt/Puppy 8 (34.000 Euro). Verglichen werden originale CDs mit Selbstgebrannten, die auf heruntergeladenen Dateien basieren.

Wir beginnen mit Lang Längs Aufnahme der Beethoven-Konzerte Nr. 1 und 4 mit dem Orchestre de Paris und Christoph Eschenbach für Deutsche Grammophon, die wir in Download-Versionen von Apples iTunes mit der Datenrate 128 kbit/s sowie von JPC mit 192 kbit/s mit der originalen DG-CD vergleichen. Das Ergebnis ist eindeutig: Die JPC-Version klingt deutlich besser als die iTunes-Dateien, aber beide Downloads können sich im Hinblick auf räumliche Darstellung, dynamische Weite und Natürlichkeit der Instrumentalfarben nicht mit der CD messen.

Ein weiterer Versuch: Diesmal wählen wir Simon Rattles Einspielung von Bruckners Sinfonie Nr. 4 mit den Berliner Philharmonikern für EMI Classics, konzentrieren uns besonders auf den Beginn des Scherzo, bei dem sich über einem leisen Streichertremolo das „Halali“ der Hörner erhebt. Das anschließende mächtige Crescendo und in Folge die wechselnden Streicherkantilenen und Bläserwürfe bieten sich für einen Test gradezu an. Diesmal hören wir Versionen von Musicload (WMA 128 kbit/s) und iTunes plus (AAC 256 kbit/s) im Vergleich zur CD. Vergleicht man zuerst nur Musicload und iTunes plus, so klingt die Musicload-Version insgesamt lauter, kompakter, die Soli wirken fast etwas angehoben; die iTunes-Aufnahme wirkt feiner, räumlicher, auch höher aufgelöst, näher an der CD, die aber auch in diesem Test letztlich den besten Höreindruck vermittelt, weil die Instrumente hier am natürlichsten abgebildet werden, das Orchester insgesamt luftiger, mit einer größeren Tiefe dargestellt ist. Wer Apples iTunes plus ohne direkten Vergleich hört – wie auch eine weitere EMI-Aufnahme, nämlich der zweite Satz von Schostakowitschs fünfter Sinfonie mit den Wiener Philharmonikern unter Jansons bestätigt – ist beeindruckt von dem sehr guten Klang, der weiten Dynamik, der für ein Download-Produkt erstaunlichen Qualität. Erst der direkte Vergleich mit dem physischen Träger offenbart, dass „CD-nahe“ – zumindest bei diesen beiden EMI-Aufnahmen – nicht „CD-gleich“ bedeutet.

Will



lich, die Erfahrung gemacht, dass nicht gerade die Furtwängler-Fans im Netz nach neuer Nahrung suchen, sondern sich gerade auch dort der gängige Katalog verkauft und beispielsweise Karajan besonders gefragt ist.

Die Deutsche Grammophon hat im Februar auch sämtliche Aufnahmen von Gidon Kremer und von The Gabrieli Consort & Players fürs Internet aufbereitet, aber was davon letztlich auf der einzelnen Download-Plattform angeboten wird, bleibt im Ermessen des jeweiligen Händlers. Und dass im Internet auch Serien wie Universals „Classical Masterpieces“ funktionieren, die es mittlerweile in fünf Volumes gibt, zeigt, dass auf den Download-Seiten nicht nur die Hardcore-Klassik-Fans unterwegs sind. Klassik-Download sei auch ein Medium für Einsteiger, die sich nicht in den klassischen Schallplattenhandel trauen, hört man von vielen Firmenchefs.

Universal Music ist im Bereich des Klassik-Downloads bisher am weitesten gegangen. Denn unter den Namen Decca Concerts und DG Concerts bietet der Marktführer über die einschlägigen Internetseiten Konzertschnitte zum Herunterladen an, die in der Regel gar nicht mehr auf physischen Tonträgern erscheinen sollen. Eingeweiht wurde das Projekt im Dezember 1996 mit Aufnahmen des Gewandhausorchesters Leipzig unter Riccardo Chailly: die Sinfonie Nr. 4 und das Klavierkonzert von Schumann – Letzteres mit Martha Argerich als Solistin

– standen auf dem Programm. Selbst wenn dieses Konzert mittlerweile bei Euroarts auch auf DVD erschienen ist – von DG und Decca Concerts sind zahlreiche Aufnahmen veröffentlicht worden, die wohl auf Dauer nur im Internet zu finden sein werden. Und mit dem New York Philharmonic unter Maazel, dem Los Angeles Philharmonic unter Salonen, dem Philharmonia Orchestra unter Dutoit, dem Israel Philharmonic Orchestra unter Mehta, dem Orchestre National de France unter Masur und dem Orchestre Philharmonique de Radio France unter Myung-Whung Chung sind nicht gerade die schlechtesten Klangkörper an diesem Projekt beteiligt. Mit dem Deutschen Symphonie-Orchester unter Ingo Metzmacher will übrigens in Zukunft auch ein zweites deutsches Orchester seine Konzertschnitte überwiegend nur zum Download anbieten.

Für Michael Brüggemann von Sony BMG sind Einspielungen, die nur noch als Download erhältlich sind, im Augenblick noch kein Geschäftsmodell. Brüggemann: „Es kann zwar in Zukunft sein, dass man online etwas verfügbar macht, das sich physisch nicht zu verkaufen lohnt. Aber ich würde jetzt nicht sagen, dass das schon Kerngeschäft eines Majors ist. Noch ist die physische Distribution ein wichtiger Teil des Marktes.“ Auch EMI orientiert sich beim Aufbau des Download-Katalogs zunächst einmal an den vorhandenen physischen Tonträgern. „Da das Warenangebot im physischen Handel wegen der verfügbaren Präsentationsflächen begrenzt ist“, erklärt Stephanie Haase, „wird es mit der Weiterentwicklung der Downloads im Klassik-Bereich auch interessante Angebote über die physischen hinaus geben. Die Download-Bestseller können dann wiederum zu neuen physischen Tonträgern führen.“

EMI hatte im April diesen Jahres den gesamten Download-Markt in Bewegung gebracht, als die Firma ankündigte, über Apples Download-Geschäft iTunes erstmals Musik ohne den Kopierschutz DRM anbieten zu wollen. Beim Digital Rights Management werden die Musikdaten verschlüsselt und mit Informationen über die Nutzungsrechte versehen. Das DRM gibt dann vor, wie oft beispielsweise ein Musikstück auf CD gebrannt oder kopiert werden darf. So soll verhindert werden, dass einmal heruntergeladene

Apple iTunes: Geschlossene Gesellschaft

Apple ist weder der Erfinder datenreduzierter Musik noch des Festplatten- oder Flashspeicher-basierten Porti-Players. Aber Apple hat ein Geschäftsmodell erfunden: Datenreduzierte Musik in einem proprietären Format zum Download anbieten, das nur auf der hauseigenen Rechner-Software (freundlicherweise auch für Windows) und auf den hauseigenen Porti-Playern läuft. Die Musik wird günstig und zu relativ großzügigen Konditionen angeboten, und so fördert das Musikangebot den Absatz der Player – die freilich auch wegen ihres genialen Designs und Bedienkonzeptes zum Kultobjekt wurden.

100 Mio. iPods und 2,5 Milliarden Songs hat Apple bisher verkauft – in gerade mal fünf Jahren. Nach so viel Erfolg gibt Apple-Chef Steve Jobs nun den Vorkämpfer für freies Kopieren. Die EMI-Songs machen den Anfang mit DRM-freien Downloads und höheren Datenraten: statt 128 nun AAC mit 256 kBit/s, für 1,30 statt 1 Euro. Komplette Alben gibt's sogar ohne Aufpreis in der besseren Qualität, und bereits heruntergeladene Songs können für je 30 Cent auf 256 kbit/s aufgewertet werden. Bis Ende des Jahres erwartet Jobs, rund die Hälfte der Songs auf iTunes DRM-frei anbieten zu können.



Musicload: Comeback für MP3

Um den ersten Platz unter den Online-Musik-Shops in Deutschland streitet sich Musicload von der Telekom mit Apples iTunes. Musicload ist erklärter Gegner von DRM-Kopierschutz und verhandelt

mit den Plattenfirmen über ungeschützten Musikvertrieb. Erste Versuche mit frei kopierbaren MP3-Songs verliefen auch sehr ermutigend: So ist seit einigen Monaten der gesamte Katalog des Berliner Independent-Labels Four Music als MP3 auf Musicload verfügbar – woraufhin der Absatz um 40 Prozent zulegte. Weitere Indie-Labels sind inzwischen diesem Beispiel gefolgt.

Dass sich die Telekom-Tochter von DRM verabschieden will, hat nicht zuletzt mit der Microsoft-Strategie zu tun: Bisher gehört Musicload zu Microsofts „PlayForSure“-Allianz und verwendet WMA-DRM für seine kopiergeschützten Songs. Wenn Microsoft aber nun mit „Zune“ sein eigenes Süppchen kocht, wird sich Musicload anderweitig orientieren. Der Erfolg des Telekom-Angebotes geht nicht zuletzt auf die unkomplizierte Zahlungsweise zurück: Die Downloads können einfach über die Telefonrechnung beglichen werden. Andere Online-Musikhändler bestehen dagegen auf Kreditkartenzahlung und verkennen offenbar, dass Jugendliche, die Hauptzielgruppe, eher selten Kreditkarten besitzen.

musicload ▶

Linn Records: „Studio Master Quality“

Als Tochter der schottischen HiFi-Ikone Linn hat sich das kleine Label auf Klassik, Jazz und Musik aus Schottland spezialisiert. Man kann sie auf Hybrid-SACD kaufen oder herunterladen, ganz nach Wunsch als MP3 mit 320 kbit/s, in CD-Auflösung oder in „Studio Master Quality“ mit 24 bit/96 kHz, beides wahlweise im Format WMA Lossless oder FLAC. Das FLAC-Format läuft aber nicht auf Standard-Programmen wie Windows Media Player oder Nero Show Time, auch nicht auf Apples iTunes. WMA Lossless lässt sich immerhin im Windows Media Player abspielen, allerdings nicht bei gleicher Auflösung ins WAV-Format konvertieren. iTunes unterstützt WMA-Files nicht.

Linn's Preise beginnen bei 1 Euro pro Song im MP3-Format, reichen über 1,50 (CD-Auflösung) bis zu 2,50 Euro in Studio-Qualität. Lange Tracks (mehr als fünf Minuten) kosten jeweils das Doppelte. Alle Varianten sind frei von DRM-Beschränkungen und können beliebig kopiert oder auf CD/DVD gebrannt werden.

Mit überragender Klangqualität konnten übrigens Claire Martins Jazz-Album „He Never Mentioned Love“ und Händels „Messiah“ in 24/96 WMA Lossless punkten.



JPC: Download beim führenden Klassik-Anbieter

Die Firma jpc ist der größte Klassik-Anbieter Europas – zumindest nach eigenem Bekunden und was den Bereich der physischen Tonträger angeht. 80 bis 90 Prozent der eingehenden Bestellungen des Versandhändlers, der im norddeutschen Bereich auch fünf eigene Geschäfte betreibt, werden mittlerweile über das Internet abgewickelt. Nun steigt JPC auch ins Download-Geschäft ein und bietet einen Link von der eigenen Internetseite (www.jpc.de) zum jpc Mediacenter an. Klickt man sich dort zur Klassik-Seite durch, findet man zunächst einmal Stars wie Anna Netrebko oder Nigel Kennedy. „Das liegt daran, dass wir das Thema Download, um es publik zu machen, erst einmal mit großen Namen und Gesichtern füttern müssen, damit auch der Nicht-Klassik-Spezialist an dieser Seite hängen bleibt“, erklärt Norbert Richter, der bei JPC für den Klassik-Bereich verantwortlich zeichnet.

Die Download-Preise liegen mit 1,34 Euro für den einzelnen Track und 12,49 für das Album im Vergleich zur Konkurrenz recht hoch, dafür liegt aber auch die Übertragungsrate mit 192 kbits/s über den üblichen Download-Qualitäten (allerdings noch unter jenen 256 kbits/s, die iTunes nun für 1,30 Euro bei ungeschützten Tonformaten versendet).

Keine Angst hat man bei JPC, sich mit den Downloads das CD-Geschäft kaputt zu machen: „Das wird nicht passieren“, so Norbert Richter, „weil unser Kunde zumeist Sammler ist, der ein Produkt mit allem Drum und Dran haben möchte: mit Cover, mit Booklet-Informationen, mit Tracklisting. Er möchte et-

was in die Hand nehmen und auch lesen können. Die Informationen sind gerade in der Klassik sehr wichtig.“ Wichtig ist für Richter, dass JPC auf lange Sicht die Verknüpfung zwischen physischem Produkt und digitaler Welt, aber auch zurück schafft. „Wir werden also auch Links vom digitalen Produkt zum physischen setzen. Das Grundkonzept wird irgendwann sein: Man bietet Musik an, und der Kunde entscheidet selbst über die Form, in der er sie haben will.“

Bis September will JPC übrigens in Zusammenarbeit mit EMI 15 Alben von Sabine Meyer zum Herunterladen anbieten, die in physischer Form teilweise seit langem gestrichen sind. Gerade in solchen speziellen Angeboten sieht Richter eine große Chance für das Download-

Geschäft seiner Firma. „Das ist ja geradezu JPC-typisch, dass wir künstler- oder repertoire-bezogenen Aufnahmen zur Verfügung stellen, die man woanders nicht mehr bekommt. Und wenn eine Plattenfirma beispielsweise bei einer Opernproduktion aus den 1960er Jahren nicht mehr an einen genügend großen CD-Absatz glaubt, können wir die Oper digital wunderbar zur Verfügung stellen.“

Musik völlig ungeschützt weitergegeben oder kopiert werden kann.

Das DRM wiederum wird von vielen als wesentliches Hindernis im Download-Geschäft angesehen, da der Käufer mit dem Herunterladen nicht alle Rechte an der Musik erwirbt, sondern nur eingeschränkte und immer wieder an Grenzen stößt, selbst wenn er die Musik nur privat nutzen will. Unter iTunes plus kann man nun einzelne Tracks ohne DRM und in einer doppelt so hohen Datenrate herunterladen, muss dafür aber pro Track 30 Cent mehr bezahlen. Die Alben allerdings werden zum gleichen Preis ver-

kauft, was für Klassik-Liebhaber günstig ist, da sie zumeist ganze Alben und nicht einzelne Songs herunterladen. Die Datenrate wiederum bestimmt, in welcher Qualität die Musik nachher gehört werden kann und wie weit die Klangqualität etwa von der der CD entfernt ist.

Während sich Universal Music laut Christian Kellersmann zurzeit genau anschaut, wie das neue EMI-Angebot von den Kunden angenommen wird, spricht sich Michael Brüggemann für Sony BMG generell gegen die komplette Rechtfrei-gabe aus: „Das ist derzeit und unter den momentanen Umständen nicht die Poli-

tik unserer Firma. Eine frei verfügbare Datei ist eben nicht geschützt, floatet frei umher. Und das ist aus unserer Sicht nicht im Interesse der Künstler. Denn dann kann niemand mehr eine eindeutige Abrechnung gegenüber dem Künstler gewährleisten. Und das ist eine Verpflichtung, die die Schallplattenfirma hat.“

Das Download-Geschäft gibt den großen Plattenfirmen übrigens auch die Möglichkeit, ihre Musik ganz ohne Zwischenhändler anzubieten. So haben Warner Classics (www.warnerclassics.com) und Universal Classics (www.classicsandjazz.co.uk) in Großbritannien eigene Download-Seiten gestartet. Naxos bietet seit kurzem unter www.classiconline.com die eigenen Einspielungen und die seiner Vertriebspartner an (vgl. Interview mit Klaus Heymann in FF 6/2007). Und das audiophile Kleinst-Label Linn bietet Downloads gar in CD-Auflösung oder „Studio Master Quality“ an.

In vielen Fällen kann man heute nicht nur die komplette Musik, sondern auch das Coverdesign und das Booklet herunterladen. Die CD wird sozusagen als Baustatz zur Verfügung gestellt. Gelegentlich – wie unlängst bei Lang Langs Beethoven-Aufnahme auf iTunes – werden sogar zusätzliche Tracks zum Download angeboten, die auf der parallelen CD fehlen. Wird hier das Ende der CD eingeläutet?

Christian Kellersmann meint: „Es wird noch eine ganze Weile CDs geben. Und der Schwerpunkt wird auch noch lange auf der CD liegen. Aber wenn man sich die Marktzahlen anschaut, müssen die Firmen darauf reagieren und überlegen, wie sie in Zukunft die Musik an die nach wie vor interessierten Konsumenten bringen. Das ist die große Aufgabe: zu schauen, wie wir attraktive Angebote schaffen, die dann wiederum von den Konsumenten genutzt werden.“

Michael Brüggemann betont noch einmal die Bedeutung des Fachhandels. „Der Internetdownload gewinnt definitiv. Aber insbesondere die deutschen Konsumenten stöbern gern im Laden, lieben die Einkaufsatmosphäre dort, sprechen mit dem Fachhändler und tragen auch gerne immer noch das physische Produkt nach Hause – auch als Geschenk. Und das wird auf lange Zeit noch so sein. Ich kann Ihnen allerdings nicht prognostizieren, was mal in 30 Jahren sein wird.“

