

„Jeder macht gerne eine Schnäppchen“

Fotos: Brilliant Classics



Die Fachwelt staunt: Woher kommen **Brilliant Classics**, und wie können sie sich diese unverschämt niedrigen Preise leisten? Pieter van Winkel, Artists and Repertoire Manager des Labels, gab Jörg Hillebrand Auskunft.



Jörg Hillebrand Herr van Winkel, in Zeiten, in denen der klassische Schallplattenmarkt eine tiefe Krise durchlebt, hat Brilliant Classics eine Erfolgsgeschichte ohnegleichen geschrieben. Wo und wie hat diese Geschichte begonnen?

Pieter van Winkel Vor sechs Jahren startete unsere Firma eine Kooperation mit der Drogeriekette „Kruidvat“, die in Holland mehr als fünfhundert Filialen hat.

JH Da kaufe ich immer Lakritz.

PvW Ja, sie verkaufen Süßigkeiten und Spielzeug, und sie haben viele Sonderaktionen, mit denen sie die Leute in die Geschäfte locken. Man muss sofort zuschlagen, denn es wird keine Ware nachbestellt. Was weg ist, ist weg. Die erste Produktion, die wir dort angeboten haben, war eine Sechs-CD-Box mit den hundert schönsten klassischen Melodien. Nicht gerade ein sehr einfallreiches Konzept, aber ein Riesenerfolg.

JH Welche Zielgruppe sprechen Sie mit dieser Marketing-Strategie an?

PvW Es gibt eine sehr breite Bevölkerungsschicht, die klassische Musik zwar mag, aber nichts davon versteht. Diese Menschen kennen kaum Komponisten und erst recht keine Interpreten. Deshalb, und das ist die Crux, gehen sie nie in einen Schallplattenladen. Sie wissen gar nicht, wonach sie dort suchen sollten. Diese Menschen sind nicht mit klassischer Musik aufgewachsen, aber das heißt nicht, dass sie sie nicht möchten.

JH Wie werden Ihre Produkte in der Drogerie dargeboten?

PvW Der Käufer sieht dort zunächst große Stapel von jeweils nur einem Titel. Kein breites Repertoire, keine Auswahl aus Hunderten oder Tausenden von Titeln. Nein, zwei, höchstens drei. Die Verpackung sieht wertig aus, und darauf steht ein Name, den jeder kennen dürfte: Mo-

zart, Beethoven, Tschaikowsky. Kein Verkäufer sieht einem über die Schulter. Man muss sich nicht schämen, dass man nichts von klassischer Musik versteht. Und der Preis ist einfach so niedrig, dass die Menschen denken: „Dafür kann ich es ruhig einmal versuchen.“

JH In den Niederlanden kosten Ihre CDs im Schnitt einen Euro fünfundzwanzig. Wie können Sie sich das leisten? Wie kalkulieren Sie Ihre Preise?

PvW Das ist ganz einfach: Wir verkaufen viel. Der Herstellungspreis einer CD liegt bei fünfzig Cent. Verbleiben also fünfund-

siebzig Cent für sämtliche weiteren anfallenden Kosten sowie die Handelsspanne. Nun haben wir den immensen Vorteil, dass „Kruidvat“ von jeder Produktion zwanzig- bis dreißigtausend Exemplare im Voraus bestellt. Auf diese Menge können wir unsere Produktionskosten verteilen. Das ist eine äußerst komfortable Grundlage.

JH Seit sechs Jahren produzieren Sie für „Kruidvat“ alle zwei Wochen zwei neue

Bachs Gesamtwerk in der Drogeriekette

Titel, überwiegend Boxen mit mehreren CDs. Irgendwann müssen Ihnen doch die Zugpferde ausgehen.

PvW Die ersten Zweifel kamen mir bei einer Sammlung von Schubert-Liedern. Ich dachte, dass sich das in diesem Rahmen wohl kaum verkaufen lassen würde. Aber es war ein Erfolg. Und in dem Moment wusste ich, wer jetzt auch in die Drogerie kommt, um Schallplatten zu kaufen: die Connaisseurs, denn sie wussten mit Namen wie Peter Schreier oder Arleen Auger etwas anzufangen. Zuerst hatten sie die Nase gerümpft, aber schließlich haben sie doch ihren Weg dorthin gefunden. Schließlich macht jeder gerne ein Schnäppchen. Und sie haben viel gekauft, wirklich viel. Das bedeutete für uns, dass wir das Repertoire erweitern konnten, nicht gerade grenzenlos, aber doch ziemlich weit. Wir haben Renaissance-Meister, Monteverdi-Madrigale oder die Sibelius-Sinfonien veröffentlicht, und das ist nicht jedermanns Sache. Man kann nicht unterscheiden zwischen populärem und schwierigem Repertoire. Es verkauft sich einfach.

JH Bei den Sammlern spielt doch sicherlich auch die Tatsache eine Rolle, dass Sie so viele Gesamtaufnahmen anbieten.

PvW Natürlich appellieren wir auch an eine Art Habgier. Gerade die Holländer haben ein ausgeprägtes Vollständigkeitsstreben.

JH Dieses Streben dürfte mit für den ungeheuren Erfolg Ihrer Bach-Edition verantwortlich sein.

PvW Wir haben alleine in Holland sechzigtausend Exemplare der gesammelten Werke verkauft. Zu einem Stückpreis von zweihundert Euro.

JH Wie reagieren die Verantwortlichen bei den Schallplattenfirmen auf Ihre Bitte

um Lizenzgabe? Robert von Bahr etwa, der Ihnen für die Bach-Edition die Orgel- und die Lautenwerke zur Verfügung stellte, hat mir gesagt, dass er das nie wieder tun würde.

PvW Er kann so dramatisch sein. Mir hat er einmal gesagt: „Du ruinierst mich.“ Aber BIS geht es doch immer noch sehr gut. Und er hat gutes Geld von uns bekommen. Für Aufnahmen, die sich ohnehin nicht verkauften. Das hat er mir selbst gesagt.

JH Mit welchen Firmen klappt denn die Zusammenarbeit?

PvW Ich arbeite viel mit ASV, Hungaroton, Delta, Bayer Records und Edel, außerdem mit einigen kleineren englischen und holländischen Labels.

JH Und wie sind Sie an die Schostakowitsch-Sinfonien unter Rudolf Barschai gekommen?

PvW Der Zyklus wurde in den frühen Neunzigern von Capriccio in Auftrag gegeben. Aber Rudolf Barschai ist so langsam, dass Wilfried Ammel irgendwann die Geduld verloren und den Vertrag gekündigt hat. Dennoch hat der Westdeutsche Rundfunk die Produktion fortgesetzt, und die Rechte lagen letztendlich bei Rudolf Barschai selbst.

JH Wie sind denn überhaupt die Reaktionen der Künstler? Gibt es welche, die sich dagegen wehren, ihre Aufnahmen in der Drogerie wiederzufinden?

PvW Nein, im Gegenteil. Früher musste ich Künstler überzeugen oder überreden, für uns aufzunehmen. Mittlerweile kommen sie sogar auf uns zu. Für einen Musiker ist es einfach sehr wichtig, ein breites Publikum zu erreichen und somit seinen Bekanntheitsgrad zu steigern, denn er verdient sein Geld nicht mit Schallplatten, sondern mit Konzerten. Was glauben Sie denn, was ein hoffnungsvoller junger Pianist, der für einen Independent aufnimmt, in einem Land wie diesem verkauft? Fünfzig Stück vielleicht. Jedes der fünfzig Klassik-Geschäfte in Holland wird ein Exemplar abnehmen. Wo ist da bitteschön sein Publikum? Meine Frau hingegen, Klara Würtz, hat vor ein paar Jahren, als sie noch am Beginn ihrer Karriere stand, für Brilliant Classics die Mozart-Sonaten aufgenommen, und davon wurden in Holland achtzigtausend Boxen verkauft. Wo immer sie ein Konzert gibt, selbst in der kleinsten Stadt, kom-

men Menschen zu ihr und sagen: „Ich habe Ihren Mozart.“

JH Welche neuen Künstler konnten Sie in letzter Zeit verpflichten?

PvW Da sind vor allem Jed Wentz als Operndirigent und Jaap ter Linden, der die Sinfonik übernimmt. Diese Namen werden wir jetzt versuchen aufzubauen. Ebenso wie Naxos haben wir zunächst ganz auf Repertoire gesetzt, aber jetzt versuchen wir auch Interpreten zu vermarkten.

JH Und welche neuen Editionen erwarten uns?

PvW Zum zweihundertsten Geburtstag von Hector Berlioz veröffentlichen wir eine Elf-CD-Box mit seinen großen Chor- und Orchesterwerken unter Inbal.

JH Ist das der Zyklus, den er für Denon eingespielt hat?

PvW Genau. Wir haben gerade ein gutes Geschäft mit Denon gemacht. Das Label ist nicht mehr aktiv. Und sie haben wundervolle Aufnahmen.

JH Ja, zum Beispiel Inbals Mahler-Zyklus.

PvW Den veröffentlichen wir auch. ■

Informationen

Brilliant Classics ist das Klassik-Label des Entertainment-Verlags Joan Records B. V., der wiederum zur Foreign Media Group mit Sitz in Leeuwarden gehört. Die deutsche Niederlassung von Joan Records befindet sich in Landau und ist zu erreichen unter Telefon 06341/64820 oder www.joanrecords.de.

In Deutschland werden zur Zeit 350 der insgesamt 1.000 Titel von Brilliant Classics vertrieben. Bei den Aufnahmen handelt es sich zu 60 Prozent um nicht exklusive Lizenzgaben und zu 40 Prozent um Eigenproduktionen.

CD-Tipps

Bach, Das Gesamtwerk; Edith Mathis, Arleen Auger, Lucia Popp, Emma Kirkby, Catherine Bott, Michael Chance, James Bowman, John Mark Ainsley, Paul Agnew, Peter Schreier, Michael George, Theo Adam, Mark Lubotsky, Robert Cohen, Jordi Savall, Jakob Lindberg, Trevor Pinnock, Bob van Asperen, Hans Fagius, The Sixteen, Choir of King's College, Dresdner Kreuzchor, Brandenburg Consort, Neues Bachisches Collegium Musicum, Dresdner Philharmonie; 160 CD 99697

Haydn, Sinfonien; Österreichisch-Ungarische Haydn-Philharmonie, Adam Fischer; 33 CD 99806; siehe FF 7/2002

Schostakowitsch, Sinfonien; WDR Sinfonieorchester, Rudolf Barschai; 11 CD 6275; siehe FF 12/2002