

Der Katalog im Netz

Mit dem Niedrig-Preis-Label Naxos hat **Klaus Heymann** seit Ende der 1980er Jahre den Klassik-Markt revolutioniert. Nun hat er unter dem Namen **Naxos Library** seinen ganzen Katalog ins Netz gestellt und ein Internet-Radio mit mehr als vierzig Kanälen gegründet. Aaron-Jakob Hinze berichtet.



Naxos-Chef Klaus Heymann mit seiner neuesten Passion: dem Programm auf der Harddisc.

Der weltweite Erfolg von Naxos beruht wohl vor allem auf der Kombination von zwei Gründen: Einerseits wurden die Naxos-CDs von Anfang an zu einem überaus günstigen Preis angeboten, der selbst nur beim Vorbeigehen im Geschäft zum Mitnehmen einlädt. Frei nach dem Motto: „Bei dem Preis kann man ja nicht viel falschen machen.“ Andererseits hat Heymann sofort auch die Chance des Nischenrepertoires erkannt – zuerst auf dem High-Price-Label Marco Polo, dann aber auch auf Naxos.

Das Preiskonzept konnte natürlich nur aufgehen, indem Heymann die Kosten niedrig hielt – Stargagen hat er nie bezahlt, auch die Aufnahmezeit ist für seine Künstler ein kostbares Gut. Außerdem musste er bei kleineren Gewinnen pro CD einfach mehr davon verkaufen, was wiederum ein besonders gutes weltweites Vertriebsnetz erforderte. Das hat er aufgebaut.

Die Zeichen der Zeit hat Klaus Heymann auch später nicht übersehen: So gründete er Naxos Jazz und Naxos World, bedient mit Naxos Historical, den Naxos Jazz Legends und Naxos Nostalgia die Freunde historischer Aufnahmen – und greift dabei auf Einspielungen zurück, für die man nach Ablauf der Schutzfrist von 50 Jahren keine Tantiemen mehr bezahlen muss. Schließlich nahm er sich auch des

Internet gestellt und bietet sie zudem auch auf Harddisc an. „Hier haben Sie den gesamten Katalog von Naxos, Dacapo und Marco Polo fast in CD-Qualität. Jeder Track einer CD ist sofort anspielbar“, erklärt Heymann in Münster, der deutschen Naxos-Zentrale, stolz seine neue Erfindung.

Eine detaillierte Suchmaschine führt einen schnell zum gewünschten Ziel: Ob

Im Internet und auf Harddisc: 6.000 Stunden Musik und Wort

Hörbuch-Marktes mit einem eigenen Label an. Enstanden ist so in den letzten 17 Jahren ein riesiger Katalog mit mehr als 6.000 Stunden Musik und Wort.

Nun hat Naxos auf den Seiten www.naxosmusiclibrary und www.naxosspokenwordradio.com sämtliche Aufnahmen ins

man sich nun für Bachs „Kunst der Fuge“, für Puccini-Opern oder die Klavierkonzerte von Rawsthorne oder Respighi interessiert – in Sekundenschnelle kann man sich die Werke oder auch nur einzelne Sätze daraus anhören. Herunterladen allerdings nicht.

Gedacht ist das Angebot in erster Linie für den Einzelhandel: „Der Händler kann seinem Kunden alles vorspielen, ohne dass er sämtliche CDs auf Lager haben muss. Sie wissen, dass der Lagerplatz und die damit verbundenen Kosten ein großes Problem für den Einzelhandel darstellen.“ Kleinere Geschäfte sollen dafür sogar ein kostenfreies Abo erhalten. „Da kann auch der Händler im kleinsten Dorf, der nur 10 CDs im Regal hat, seinen Kunden alles vorstellen.“ Für Journalisten sei die Naxos-

nicht ausdiskutiert. Man befinde sich schließlich noch in der Probephase. Doch man kann sich sicher sein, dass die Investitionen wie bei jedem guten Geschäft irgendwann wieder reinkommen müssen: „Wir haben schon sechs, sieben Jahre Entwicklungszeit hinter uns, mit sechs Leuten, die das als Fulltime-Job machen. Wenn man allein die Gehälter zusammenrechnet, waren das schon rund zwei Millionen Euro. Dann kommen noch 25 Server à 30.000 Euro hinzu. Aber dafür gehört jetzt

Das Internet-Radio bietet mehr als vierzig verschiedene Kanäle

Seite zudem das ideale Instrument, sich sofort über Neu-Veröffentlichungen zu informieren. „Da vergeben wir im Moment die ersten Probe-Abos.“

Darüber hinaus will Naxos seine Harddisc beziehungsweise den Internetzugang all denjenigen schmackhaft machen, „die permanent Musik anbieten“: Hotels, Airlines, Krankenhäuser. Auch Schulen, Musikschulen und Hochschulen will die Firma aus Hongkong ansprechen. Klaus Heymann sieht viele praktische Aspekte: „Wenn zum Beispiel ein Uni-Professor seinen Studenten eine Liste zusammenstellen will über französische Klaviermusik von 1850 bis 1950. Dann gibt er diesen Zeitraum in die Suchmaske ein und findet sämtliche Titel zu diesem Thema.“

Als externe Festplatte biete die Naxos Library 6.000 Stunden Musik und Sprache. „Und dann gibt es noch 2.000 Stunden freie Reserve für Neuheiten. Wenn man zum Beispiel an einer Universität eine Harddisc von uns lizenziert hat, bekommt man alle drei Monate eine CD-ROM mit Neuheiten. Oder die Unis können sich die Neuheiten aus dem Internet herunterladen.“

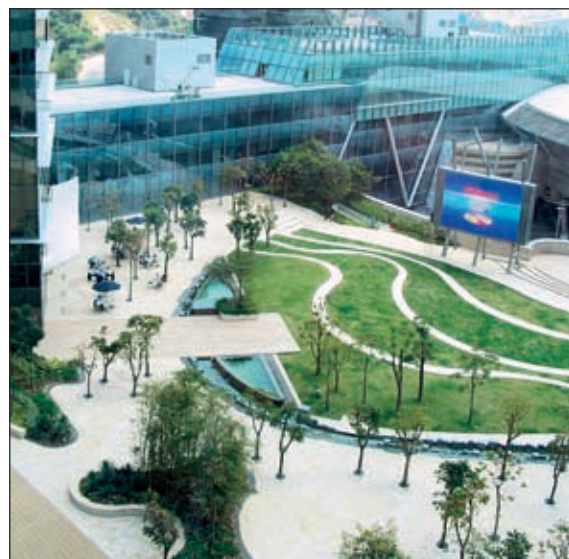
Auch für Rundfunkanstalten sei das Angebot interessant: „Man kann den Nutzern natürlich auf der Festplatte eine andere Qualität, sprich eine höhere Auflösung, zur Verfügung stellen. Das ist sendefähig und sehr viel stabiler. Dann kann sich jeder Redakteur sein Programm selbst zusammenstellen.“

Ganz umsonst wird der Service natürlich in der Regel nicht sein. Allerdings ist die Preisgestaltung firmenintern noch

alles uns.“ Im wahrsten Sinne des Wortes. Denn Heymann kann seinen Service nur anbieten, weil er von seinen Künstlern von vornherein alle Rechte an den Aufnahmen erworben hat. „Die Majors haben oder hatten zumindest oft komplizierte Künstlerverträge, beispielsweise mit Klauseln, dass bestimmte Künstler ohne vorherige Genehmigung nicht mit anderen Künstlern gekoppelt werden dürfen. Wenn Sie sich das nun mal vorstellen: 1.000 Künstler auf einer Festplatte zusammen – das geht bei diesen Firmen gar nicht.“

Während sich die Naxos Library überwiegend an Händler und Institutionen wendet, ist das Naxos Music Radio eine Offerte an den Endverbraucher. Hier kann die Firma weltweit 105.000 Kunden direkt ansprechen, die bereits Abonnenten der Internet-Seite www.naxos.com sind.

Auf mehr als 40 Kanälen spielt Naxos hier seine Aufnahmen ab, aufgeteilt in Sparten wie „Easy Listening Classics“, „Light Classical“, „Opera Highlights“, aber auch „Lieder“, „Organ“, „Guitar & Lute“. Im Bereich der Kernklassik sind selbst die einzelnen Rubriken zumeist noch unterteilt: So gibt es einen Orchesterkanal für Klassik, einen für Romantik und Moderne, einen für russische Musik, einen für französische, einen für amerikanische, schließlich noch einen nur für Orchestermusik des 20. Jahrhunderts. Natürlich finden sich auch die historischen Aufnahmen, der Jazz und alles andere, was die Firma so zu bieten hat, im Internet-Radio wieder. Ob der Kanal für „Christmas Music“ das ganze Jahr läuft, wird sich zeigen.



Der neue Naxos-Firmensitz in Hongkong.



Im Server-Raum: Heymann und das Entwicklungsteam.

Die Ton-Qualität der Musik aus dem Netz hängt natürlich wesentlich vom heimischen Computerzubehör ab. Die besten Karten besitzen dabei solche Hörer, die den Computer direkt an der HiFi-Anlage angeschlossen haben. Laut Naxos darf man dann „annähernd CD-Qualität“ erwarten, aber vielleicht noch nicht High-End.

Für denjenigen, der irgendwann der Musik müde geworden ist, hat Naxos übrigens noch ein weiteres Angebot auf Lager: das Naxos Spoken Word Radio. ■

Internet

www.naxosmusiclibrary.com
www.naxosradio.com
www.naxosspokenwordlibrary.com
www.naxosspokenwordradio.com