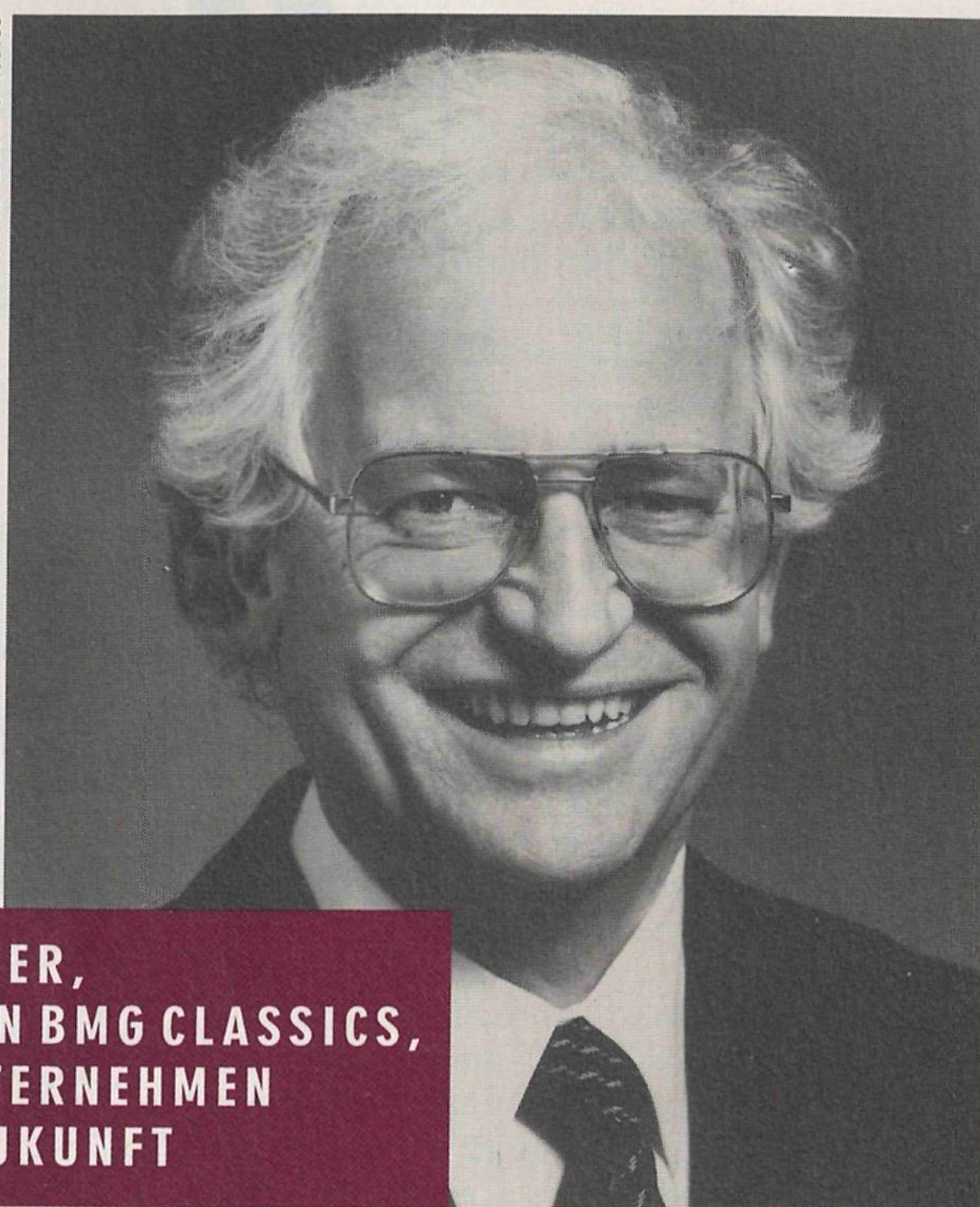


Fotos: BMG Classics



**GÜNTER HENSLER,
PRESIDENT VON BMG CLASSICS,
ÜBER SEIN UNTERNEHMEN
UND DESSEN ZUKUNFT**

Tradition und Aufbau

1898 wurde die Victor Talking Machine Company als Schwestergesellschaft von His Masters Voice und der Deutschen Grammophon gegründet; 1929 wurde sie an die RCA verkauft, deren Musikaktivitäten 1987 in die Bertelsmann Music Group (BMG) eingingen. Ein traditionsreiches amerikanisches Unternehmen bildet also das Rückgrat der weltweiten Musik-Aktivitäten des deutschen Bertelsmann-Konzerns. Dort ebenfalls eingeschlossen sind das von Bertelsmann selbst Ende der fünfziger Jahre ins Leben gerufene Label Eurodisc und als Lizenzpartner die deutsche harmonia mundi. Der Verbraucher allerdings verbindet mit dem Kürzel BMG noch keine große internationale Musik-Firma – was auch nicht notwendig ist, gilt es doch die einzelnen Labels in den Vordergrund zu rücken. Über die Identitätsfindung und die künstlerischen Absichten von BMG Classics sprach Sören Meyer-Eller mit Präsident Günter Hensler. ■ ■ ■

FF: Wie wollen Sie BMG Classics als internationalen Schallplattenkonzern profilieren?

Hensler: RCA war eine sehr stark amerikanisch orientierte „Company“; nicht zuletzt durch unser neues Management-Team wird sich das ändern. Wir wollen weg von dem rein amerikanischen Image. Wir sind keine amerikanische Firma, wenngleich durch den Alt-Katalog dieser Eindruck entstehen könnte. Über die Hälfte unserer Produktionen wird in Europa gemacht. Es geht uns weiter darum, unsere verschiedenen Produkt-Linien auszubauen. Eine große Stärke liegt in unserem Back-Katalog, der bislang nicht gut genug vermarktet worden ist. Im Cross-over-Bereich – Shows, Musicals etc. – hatten wir auch in schwierigen Jahren keine Probleme; wir müssen jetzt vor allem im Bereich Red Seal und Gold Seal arbeiten. Das sind unsere Standbeine. Das eine – Gold Seal – ist definiert durch die Stärke des Repertoires, mit Namen wie Toscanini, Rubinstein, Heifetz, Horowitz. Im Bereich des anderen, also Red Seal, sind wir bestrebt, neue Künstler aufzubauen und Künstler, die schon bekannter sind, noch weiter nach oben zu bringen. Hier haben wir in den letzten Jahren schon schöne Erfolge erzielt, ich nenne nur die Namen Kissin, Bashmet, Spivakov, de Larrocha und – ganz besonders in Deutschland – Günter Wand.

FF: Nun sind gerade Dirigenten als Labelführer sehr wichtig, und hier tun sich im Moment alle Firmen schwer. Wie sieht es damit bei BMG aus?

Hensler: Ich bin ausgesprochen glücklich über die Entwicklung mit Günter Wand. Colin Davis macht für uns ein recht umfangreiches Programm, obwohl er nicht exklusiv für uns arbeitet; auch André Previn ist bei uns vertreten. Yuri Temirkanov ist ein BMG-Exklusiv-Künstler, der vor allem, aber nicht nur, russisches Repertoire dirigie-

ren wird. Claus Peter Flor hat sich mittlerweile einen guten Namen gemacht und übernimmt jetzt das Philharmonia Orchestra als Principal Guest Conductor. Und schließlich ist da Leonard Slatkin, der in Europa noch nicht so viel aufgetreten und bekannt ist, wie es eigentlich angemessen wäre. Wir versuchen, uns einen Künstlerstamm aufzubauen. Das wird nicht eine Riesenzahl an Künstlern sein, denn ich glaube nicht, daß man dann den einzelnen ausreichend betreuen und auf dem Weltmarkt durchsetzen kann – was das Ziel sein muß.

FF: Was für eine Bedeutung haben Eurodisc und deutsche harmonia mundi?

Hensler: Um Eurodisc ist es lange still gewesen. Wir wollen dieses Label wieder zurückbringen, indem wir neue Künstler unter Vertrag nehmen. Unser Ziel ist, jüngere europäische Künstler heranzuziehen und Eurodisc zu unserem europäischen Standbein zu machen. Die deutsche harmonia mundi deckt für uns einen Bereich ab, in dem wir sonst nicht tätig sind, den Bereich von Aufnahmen auf historischem Instrumentarium.

FF: Wird BMG auf dem Gebiet Laser Disc tätig werden?

Hensler: Ja. Zehn Toscanini-Laser-Discs sind in Amerika schon veröffentlicht, und wir bringen sie spätestens im Herbst dieses Jahres auch in Deutschland heraus. Wir haben eine ganze Reihe Produktionen mit James Galway, und wir haben dieses Jahr mit den Berliner Philharmonikern das Silvesterkonzert aufgenommen, sowie mit André Previn die achte Sinfonie von Dvořák; aus Leningrad übernehmen wir die Gala zu Tschaikowskys 150. Geburtstag mit Jessye Norman, Itzhak Perlman und Yo-Yo Ma als Solisten. Darüber hinaus gibt es eine ganze Reihe von Plänen; wir gehen definitiv in dieses Gebiet hinein.

FF: Die Produktion von Laser

Discs ist sehr teuer. Für Firmen wie Sony und Philips sind sie von Nutzen, um den Kaufanreiz für die Geräte zu erhöhen. Das trifft für BMG nicht zu. Warum produzieren Sie ebenfalls LDs? Sehen Sie da in der Zukunft einen großen Markt?

Hensler: Bertelsmann verkauft zwar keine Hardware, stellt aber Laser Discs her. Das ist natürlich nur die eine Seite. Ich beschäftige mich schon seit 1975 mit den Laserplatten und habe auch ihre Lancierung in den USA betreut. In Japan sind die LDs bereits ein großer Erfolg, in Amerika fängt das gerade an. Und ich sehe einen solchen Erfolg auch in Europa, allerdings erst in drei, vier Jahren; ich sehe ihn, weil das System in sich geschlossen und logisch ist: Laser-Disc-Player liefern ein besseres Bild als ein Videoband, die Qualität im Audio-Bereich ist die eines CD-Players, und die Kombi-Player – mit denen ja auch CDs abgespielt werden können – kosten nicht viel mehr als ein CD-Player. Unsere Beziehung zum Video-Bereich ist natürlich nicht so stark wie die von Sony oder Matsushita, die extra Firmen kaufen, um dann Software bzw. Filme zur Verfügung zu haben. Wir bestellen dieses Feld, aber vorsichtig, denn die Kosten für Videos sind ein Mehrfaches der Audio-Platten und die Einkünfte zunächst nur ein Bruchteil davon.

FF: Ein Problem bei den derzeit angebotenen LDs ist doch die filmische Ästhetik. Wen interessieren abgefilmte Konzerte?

Hensler: Solche Aufnahmen können langfristig nicht die Antwort von der Programmseite her sein, was die Klassik angeht. Aber wenn man einmal edukative Gesichtspunkte mit hineinnimmt und interaktive Technologie – also LDs mit Computerverbindung –, dann wird dies alles plötzlich sehr interessant. Woran wir alle leiden, ist doch, daß in den Schulen kaum mehr Musik gelehrt wird und sich die

Frage erhebt: wie führen wir heute vor allem junge Menschen an die Klassik heran? Und ich glaube, daß uns in diesem Punkt neue Technologien, interaktive Systeme und interessante Programmkonzepte sehr viel weiterbringen werden.

FF: Wiesehen Sie die Entwicklung der Schallplattenindustrie in der näheren Zukunft?

Hensler: Der Markt für klassische Musik hat sich in den letzten Jahren im Wert verdoppelt, nicht zuletzt durch die CD, ist aber dann auf höherem Niveau fast stagniert, hatte also nur leichtere Zuwachsraten. Ich gehe davon aus, daß die anhalten. Der Klassikmarkt ist sehr wettbewerbsintensiv. Während man vor ein paar Jahren noch mit 5000 oder 7000 CD-Titeln operiert hat, sind es heute vielleicht 20 000 bis 25 000. Wenn also der Markt nicht steigt, ist klar, was das für die Durchschnittsumsätze bedeutet. Und daran ändern auch gelegentliche Bestseller nichts, die es manchmal gibt, auf die man aber nicht bauen kann. Das ist die eine Seite. Die andere Seite ist, daß man durch Budget- und Midprice-Serien und ein Abgleiten des Preises Stückzahlmäßig mehr CDs verkaufen muß, um auf denselben Wert zu kommen. Das ist natürlich von der Kostenseite her problematisch. Gleichzeitig drängt eine ganze Reihe von Unternehmen auf den Markt – da ist Sony berühmt und sehr sichtbar; aber auch Warner und die Traditionsfirmen Polygram und EMI halten nicht gerade still.

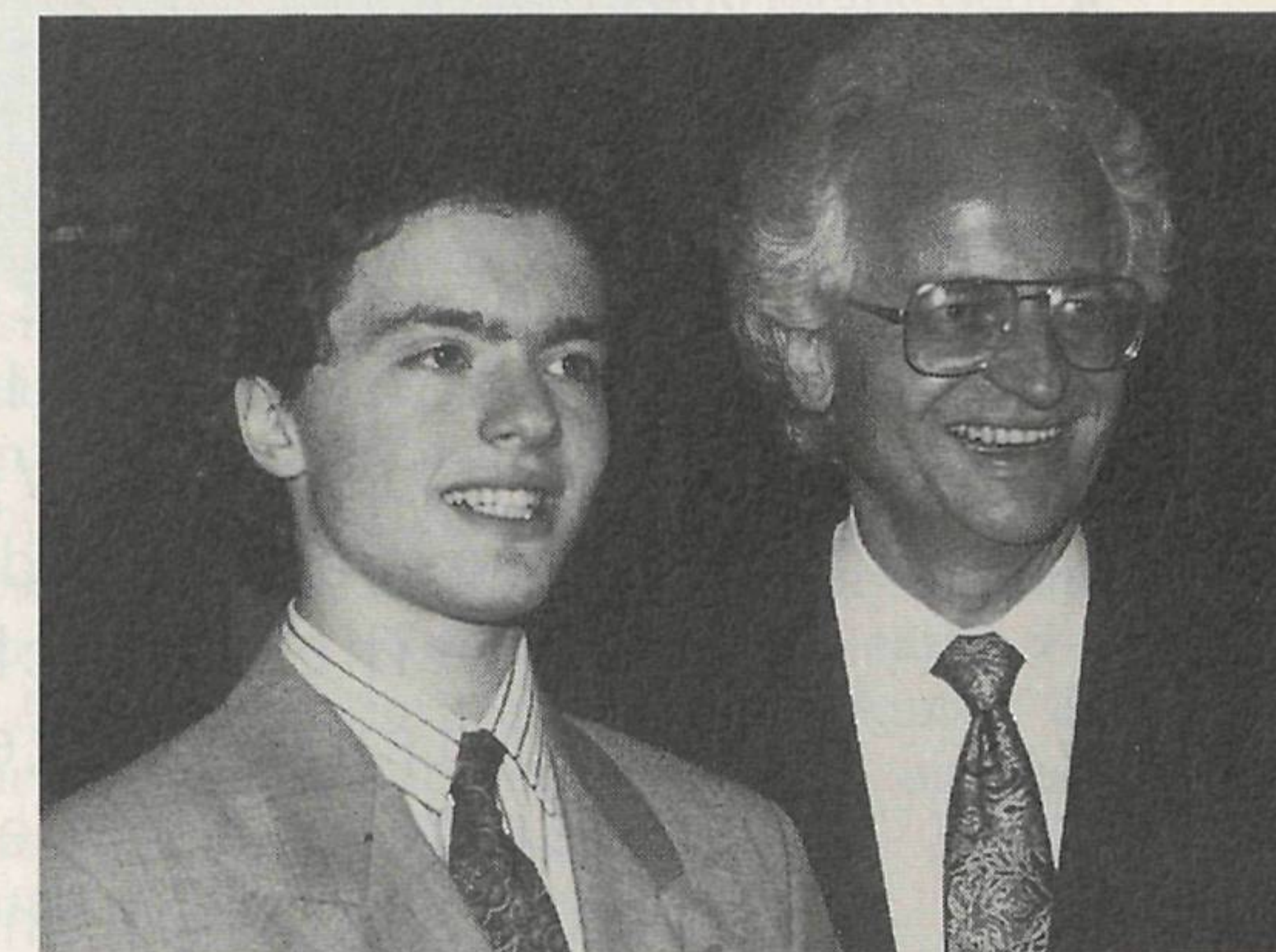
FF: Das heißt, es werden sehr viele – zu viele – Titel auf den Markt gebracht, Neuaufnahmen und Wiederveröffentlichungen. Wie lange kann das gutgehen?

Hensler: Ich glaube, daß das, was heute passiert, nämlich

die große Zahl von Neuproduktionen und die hohen Produktionskosten, relativ kurzlebig ist. Es wird sich alles auf ein vernünftiges Niveau einpendeln. Dann wird die Klassik auch wieder tragfähig, denn der Vorteil, den sie bietet, ist ja eine gewisse Berechenbarkeit und Stabilität. Die Klassik wird immer einen gewissen Prozentsatz des Umsatzes haben.

FF: Wie viele Neuproduktionen wird denn BMG jährlich veröffentlichen?

Hensler: BMG wird bei RCA Red Seal jährlich etwa 60-70 Aufnahmen machen, Eurodisc wird noch etwa 10-15 hinzufügen. Das ist weniger, als die anderen Firmen jedes Jahr in den letzten 20 Jahren gemacht haben. Aber darunter werden wir sicher nicht gehen. Auch bei deutsche harmonia mundi werden es etwa 15 bis 20 Produktionen jährlich sein. Und dann wird es – wie gesagt – eine Vielzahl von Wiederveröffentlichungen und Katalogauswertungen geben.



Günter Hensler (rechts) mit Jewgenij Kissin, der im vergangenen Jahr sein Amerika-Debüt in der New Yorker Carnegie Hall gab. Der Live-Mitschnitt dieses Konzerts liegt inzwischen auf RCA Red Seal vor.