

Im Wechselspiel von Ruhe und Anspannung gelangt unser Wesen zur Harmonie



Dieses Erleben von Harmonie gehört zur Ausgeglichenheit der Seele. Eine Balance, die wir von Sansui mit natürlichem Klang hörbar gemacht haben. Das individuelle Musikerlebnis erhält eine neue Dimension. Wer sich ganz auf das Zuhören konzentriert, wird dabei entdecken, was Musik wirklich sein kann. Kaum wahrnehmbare Nuancen werden von Sansui-HiFi-Komponenten so differenziert wiedergegeben, daß das Hörerlebnis vom Original kaum zu unterscheiden ist. Wenn Sie mehr über hörenswerthes HiFi von Sansui erfahren möchten, fragen Sie im Fachhandel oder direkt bei uns:

Sansui Deutschland GmbH, Paul-Ehrlich-Straße 8,
6074 Rödermark 2, Tel.: 0 60 74/9 19-0.



CD-Spieler CD-X 711 in neuester 1-Bit-MASH-Technik, 4 D/A-Wandler, 4-Motoren-Laufwerk, sep. A/D-Teil, sym. Cannon-Typ-Ausgang, opt. Dig.-Ausgang, Fernbedienung, AMPS, Music-Scan, Index-Suche, Musik-Kalender, Timer-Wiedergabe, regelbarer Kopfhörerausgang

SANSUI
Konzentration auf das Wesentliche.

FonoForum

KLASSIK UND HIGH FIDELITY

Verlag:
SZV, Spezial-Zeitschriften-Gesellschaft
mbH & Co. Verlag KG,
Schellingstr. 39-43, 8000 München 40,
Telefon 089/237 260

Geschäftsführer:
ULRICH PLOGER,
STRATOS TOBANOGLOU

Redaktion:
Chefredakteur (verantw.):
Dr. SÖREN MEYER-ELLER
Chef vom Dienst:
MARIE-LUISE v. SCHUCKMANN

Test und Technik:
Dipl.-Ing. (FH) THOMAS ZIMMERMANN
Dr. REINHOLD MARTIN
Dipl.-Ing. ULRICH WIENFORTH

Grafische Gestaltung:
URSULA MICHAELIS
Fotos:
ROLF-DIETER WINTER

Durchführung sämtlicher Tests:
SZV-Zentrallabor

Technischer Direktor:
Dipl.-Ing. WALTER SCHILD

Medientechnik:
MAX MARQUART, MARTIN KURZ,
Dipl.-Ing. UDO RATAI,
Dipl.-Ing. RADOSLAV USORAC,
Dipl.-Ing. THOMAS ZIMMERMANN

Herstellung: GERHARD ALBERT

Ständige freie Mitarbeiter:
Musik: Susanne Benda, Dr. Werner Bollert, Peter Cossé, Hans-Christian von Dadelen, Dr. Martin Elste, Gerd Filgen, Volkmar Fischer, Herbert Glossner, Alfons Hirth, Norbert Hornig, Clemens Höslinger, Till Janczukowicz, Peter Kerbusk, Dr. Hanspeter Krellmann, Dr. Hartmut Lück, Dr. Kurt Malisch, Dr. Lothar Mattner, Dr. Joachim Matzner, Dr. Franzpeter Messmer, Dr. Rainer Nolden, Dr. Peter Pacht, Dr. Gerhard Pätzig, Dr. Wolf-Dieter Peter, Dr. Werner Pfister, Eva Pintér, Ekkehard Pluta, Dr. Klaus Peter Richter, Hermann Schönegger, Dr. Giselher Schubert, Dr. Diether Steppuhn, Dr. Bernhard Uske, Thomas Voigt, Dr. Egon Voss, Rainer Wagner, Dieter Weiss, Dr. Gerhard Wienke, Hans-Theodor Wohlfahrt.

Gründungsherausgeber: Dr. WALTER FACIUS (†)
„FonoForum“ erscheint monatlich. Anschrift der SZV, Spezial-Zeitschriften-Gesellschaft mbH & Co. Verlag KG, der Redaktion und aller Verantwortlichen: Schellingstr. 39-43, 8000 München 40, Tel.: 089/237 260, Telex 05-215476 SZV, Telefax 089/237 26-1 25.

Anzeigen:
Anzeigenmarketing:
HERMANN WITTEMANN
Anzeigenleitung:
KURT EIZINGER (verantw.)
Anzeigenverkaufsführung:
ANJA REZSUCHA
Anzeigenabwicklung:
ULRIKE BARTEL

Anzeigenrepräsentanten: Peter Cagić, PC Medien Marketing GmbH, Langerstr. 4, 8000 München 80, Tel.: 089/4708015; Claus Fetter, Media Contact, Brabandstr. 1, 2000 Hamburg 60, Tel.: 040/512064; Verlagsservice Wolfgang Hoff GmbH, Am Wehrhahn 38, 4000 Düsseldorf 1, Tel.: 0211/354018; Karl-Heinz Hörnle BDV, Verlagsbüro, Alt-Bergen 3, 6000 Frankfurt 60, Telefon: 06109/22772; Peter Subklew, Erlenweg 2, 7042 Dachtel, Tel.: 07056/2633

Vertrieb: MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb GmbH & Co. KG, Breslauer Str. 5, 8057 Eching, Tel.: 089/319006-0 - Tx. 05-22656 - Telefax 089/319006-13

Abonnement-Verwaltung: WASO-Verlags- und Versicherungsservice GmbH & Co. KG, Adlerstr. 22, 4000 Düsseldorf 1, Tel. 021/3666-0

Copyright für alle Beiträge, Melodien, Diagramme und Fotos bei SZV Spezial-Zeitschriften-Gesellschaft mbH & Co. Verlag KG. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge, Melodien, Diagramme und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Für unverlangte Einsendungen keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge unserer Mitarbeiter stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. „FonoForum“ darf nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages in Lesemappen geführt werden. Einzelbezugspreis 7,80 Mark. Jahresabonnement Inland 84 Mark (inkl. Porto). Jahresabonnement Ausland 96 Mark (inkl. Porto). Kündigung zwei Monate vor Abrechnungsablauf. Im Handel vergriffene Einzelhefte können beim MZV zu 7,80 Mark plus Porto gegen Vorauskasse auf Postcheck-Konto München, Kto. 99870-800 bezogen werden. In Fällen höherer Gewalt kein Anspruch auf Lieferung und Rückzahlung des Bezugspreises. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München. Zur Zeit ist die Anzeigenpreisliste Nr. 26 vom 1.1.90 gültig. Printed in Austria by Oberndorfer Druckerei, Oberndorf bei Salzburg

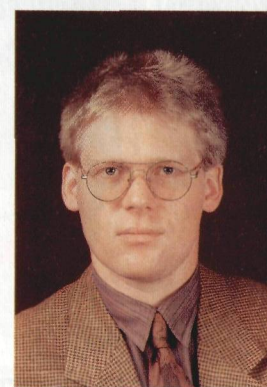
ISSN 0015-6140 BTX 6636676

Titelfotos: Archiv für Kunst und Geschichte, Hänssler, Erato/J. Sarrat, Rolf-Dieter Winter
Einer Teilaufgabe liegt ein Prospekt der Herzog-Lotterie bei. Wir bitten um Beachtung.



MUSIK & MEINUNG

Nicht die Masse macht's



Die Ultima ratio im Kampf um den Klassik-Kunden ist für einige große Herstellerfirmen derzeit offenbar das gnadenlos aggressive Vermarkten von Interpreten. Das bedeutet: Fernsehen – Shows, Action, Star-Galas! Wie eine TV-Schlange das Kaninchen „Klassik“ hypnotisiert die Aussicht auf ein Massenpublikum die Verkaufsetagen. Was also auf der einen (Firmen-)Seite fehlt an Einfallsreichtum und Interesse, das soll auf der anderen Seite durch die rücksichtslose Aufdringlichkeit des Mediums und seine Millionen Adressaten wieder hereingeholt werden. Doch die Schnittstelle zwischen Produktionsfirma und Verbraucher liegt nicht nur beim Interpreten. Repertoire, Kopplung, werkadäquate Künstlerauswahl, Gestaltung von Cover und Beiheft – all dies sind keine zweitrangigen Faktoren. Fraglich wird die populäre Vermarktung für ein Massenpublikum aber vor allem dann, wenn man sich vor Augen hält, daß nur ein kleiner Teil der Bevölkerung das Tonträger-Angebot an klassischer Musik intensiv nutzt. Und ob gerade dieser Teil für windschnittige Medienbubis aufgeschlossen ist, darf bezweifelt werden. Ob andererseits die temporäre – wenn auch vielleicht große – Zuschauergunst eine solide Basis für dauernden guten Umsatz bedeutet, ist ebenfalls unsicher. Dem Strohfeuer der TV-Popularisierung entgegen wird klassische Musik paradoxerweise vermutlich erst dann ein wirkliches (und auch großes) Publikum gewinnen, wenn sie sich nicht in einer populistischen Endlosschleife zu Tode drehen läßt; was abseits steht, wird interessant.

Sören Meyer-Eller