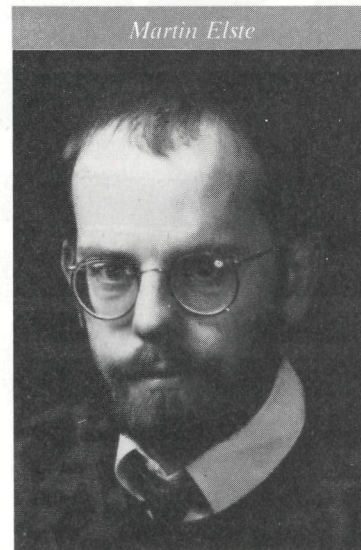


Ein Markt für Vidioten?

Sie wollen sich verändern? Herzlichen Glückwunsch, Ihrer Karriere als Marketing-Chef für VideoCassetten steht (fast) nichts im Wege. Eine wachsende, florierende Branche kann (fast) jeden gebrauchen. Sie haben Bedenken? Aber nicht doch! Vorwissen: (fast) nicht erforderlich. Qualifikationen: allenfalls die üblichen. Der Job ist einfach, VideoCassetten verkaufen sich (fast) von selbst. Die, die sich nicht verkaufen, streichen Sie einfach rechtzeitig aus dem Programm. Diese freiwillige Selbstkontrolle ist sehr wirksam. Sie laufen gar nicht erst Gefahr, sich mit schwierigen Produktionen herumschlagen zu müssen. Wozu sich Gedanken machen, wie sich solches Zeug besser verkaufen ließe? Ausschaltbare Massenware gibt es wie Sand am Meer. Schon mal gelesen, wie viele Filme seit anno dunneal produziert worden sind? Das wird bis zu Ihrer Pensionierung reichen. Sie brauchen nur irgendeine Filmkopie aufzutreiben und diese, nach Klärung der Lizenzen, magnetisch aufzuzeichnen. Da Ihre Kunden sowieso die miese Qualität der Raubkassetten gewohnt sind, brauchen Sie sich wirklich nicht anzustrengen, es besser zu machen. Das verdirbt nur den Wettbewerb: Einige sorgsame Überspielungen und selbst der Dümme würde sich



Martin Elste

nicht mehr mit dem Durchschnittschrott zufriedengeben. Reklamationen noch und noch wären die Folge. Dem beugen Sie besser von Anfang an vor. Wen stört es schon, wenn einige Meter Film fehlen? Ist doch im Kino genauso. Damit keine unnötigen Investitionskosten entstehen, kopieren Sie natürlich nur nach Bedarf. Die Vierfarbetiketten, die die billigen Cassettenboxen so schön bunt machen, lassen sich schnell und ohne große Kosten im voraus drucken. Da Sie ja VideoCassetten vermarkten, verschwenden Sie bloß keine müde Mark für intellektuelle Beilagen! Lesen tut das ja sowieso keiner. Außerdem: Wer sollte überhaupt die Autoren bezahlen? Wer Korrektur lesen? Der Filmtitel steht schon im Vorspann auf dem Band – warum also dasselbe nochmal drucken?

Spaß beiseite. Es ist traurig aber wahr: 100 Jahre Lehrgeld und Erfahrung mit Tonträgern haben bisher keinen Einfluß auf die Vermarktung der VideoCassetten gehabt. Man fühlt sich in die Zeit zurückversetzt, als banales Geplänkel und zweifelhafte Bearbeitungen den Ruf von der „Konservenmusik“ schufen und es der Schallplatte so schwer machten, Anerkennung jenseits bloßer Kuriosität zu erlangen. Mehr als eine Generation hatte es gedauert, ehe man erkannte, es gibt ein Publikum für anspruchsvolles Repertoire, daß dieses Publikum aber nur der erreicht, der es ernst nimmt. Soll wieder eine Generation vergehen, ehe die Videofilialen der großen Medienkonzerne darauf kommen, daß es auch einen Markt für klassische Musik auf VideoCassetten gibt, dies aber ein anspruchsvoller Markt ist? Was bislang angeboten wird, ist, vornehm ausgedrückt, dürftig. Und wie es angeboten wird, ist hanebüchen. Kein Wunder, daß die potentiellen Käufer es vorziehen, ihre Favoriten direkt vom Fernsehprogramm mitzuschneiden.

Erst ein kräftiger Kapitaleinsatz, medienerfahrene Mitarbeiter, die sich mit dem Klassikgeschäft auskennen und Mut zu neuen Ideen, zu medienspezifischen Ideen vor allem haben, werden den Videomarkt auch für das Klassik-Publikum erschließen können.

Aus den federleichten Kopfhörern der FISHER MusicWalker kommt der Stereo-Sound HiFi-reif



Wenn Sie die Kopfhörer aufsetzen, haben Sie den Eindruck, als käme der Stereo-Sound von einer großen HiFi-Anlage im Raum. Einfach phantastisch. HiFi-reif! Hören Sie sich zum Beispiel mal den Super-MusicWalker PH-35 an, Sie werden in Musik schweben. Und sehen Sie sich seine Technik an: DOLBY eingebaut –

Kontroll-Lautsprecher eingebaut – METAL-Entzerrung – Lautstärkeinsteller rechts und links getrennt – Baß- und Höhenregler – AUTO-REVERSE – „trudelsicherer“ Antrieb – Soft-Touch-Tasten – in Rot wie im Foto, in Gold und in Silber. Und das ist nur einer der 10 MusicWalker beim FISHER Fachhändler.

FISHER HiFi EUROPA, Postfach 800640, 8000 München 80 · FISHER AUSTRIA, Johannes-Herbst-Str. 23, 5061 Glasenbach · FISHER SCHWEIZ, Egli, Fischer + Co., Gotthardstr. 6, 8022 Zürich



FISHER
The fine name in high fidelity

HiFi · Video · TV · CarFidelity