

„Ich würde es nicht Krise nennen“

Ein Gespräch über die Zukunft der CD mit
Gerhard Georg Ortmann und **Norbert Richter** vom Versandhändler jpc
und **Burkhard Schmilgun** vom Label cpo

Von Arnt Cobbers

Das seit Langem vorausgesagte Sterben der CD ist vor allem für eine Firma bedrohlich, die vom Vertrieb physischer Tonträger lebt. jpc ist der größte Versandhändler für Klassik-Tonträger in Europa, wenn nicht in der Welt. Wobei die Klassik nicht einmal ein Drittel des Firmenumsatzes ausmacht. Das Kürzel „jpc“ steht für Jazz, Pop, Classic, und bis 2010 hat jpc Tonträger, Filme und Bücher auch in Ladengeschäften verkauft, in Spitzenzeiten waren es 15 Filialen in ganz Deutschland. Gerhard Georg Ortmann, der jpc bis heute leitet, gründete die Firma 1973 in Osnabrück, und daraus erklärt sich auch der Name des firmeneigenen CD-Labels cpo – classic production Osnabrück. 1991 erfolgte der Umzug ins nahe gelegene Georgsmarienhütte, wo heute rund achtzig Mitarbeiter vor allem im beeindruckenden Lager arbeiten. Norbert Richter ist Einkaufsleiter Klassik bei jpc, der studierte Geiger Burkhard Schmilgun verantwortet seit 1991 Jahren das Programm des „Entdeckerlabels“ cpo.

Herr Ortmann, was machen Sie, wenn demnächst die physischen Tonträger aussterben?

Ortmann: Seit wann kennen wir die Sorge? Ich erinnere mich noch gut, dass die Journalisten behaupteten, Bücher werde es nur noch drei Jahre geben, weil die Leute nur noch Hörbücher haben wollten. Dann kam der Kindle, und wieder gab es schlimme Prognosen. Und die Leute kaufen immer noch Bücher! Ich glaube, dass vor allem im Klassikbereich die CD nicht sterben wird.

Herr Richter, wo kommen Ihre Kunden her?

Richter: In der Klassik kommen sie wirklich aus der ganzen Welt. Das liegt daran, dass sie bei uns fast alles bekommen, was es gibt. Ganz wichtig sind auch Preisaktionen. Gerade jetzt haben wir wieder eine Aktion mit Platten, die aus dem Höchstpreis kommen mit großen Beständen beim Lieferanten und die wir nun für wenige Euro anbieten. Da geht ein Großteil nach Ostasien.

Es ist also keine kuratierte Auswahl, die Sie vertreiben?

Kuratieren tut der Kunde. Aber wir geben Hilfestellung. Die große Kunst ist, etwas sichtbar zu machen. Es kommt immer noch jeden Monat eine unfassbare Fülle an Neuheiten auf den Markt. Und es ist sehr auffällig, dass besonders in der klassischen Musik viel über unseren gedruckten Newsletter, den jpc-Courier, funktioniert. Dann wird es wahrgenommen. Das heißt, wenn wir gute Informationen vom Label bekommen, hat eine Platte weitaus mehr Chancen, als wenn wir die Infos aus irgendwelchen Datenbanken übernehmen.

Ist das das Erfolgsrezept gegenüber Amazon – die ja ein ähnliches Modell haben, nur dass es jpc viel früher gab?

Ich glaube, der Courier macht genau das, was ein Laden kann. Der Courier ist ein Magazin, das einen berät und schon eine Vorauswahl getroffen hat aus der Fülle der Neuheiten und der Angebote, die es gibt.

Ortmann: Wenn Depeche Mode ein neues Album herausbringen, steht das im Feuilleton der Zeitung. Aber wo findet ein Scharwenka-Klavierkonzert statt? Wie finden die Leute überhaupt die Produkte? Das ist für Menschen, die sich für klassische Musik interessieren, nicht so einfach.

Haben Sie überwiegend Stammkunden?

Richter: Rares Repertoire wird in der Regel von Stammkunden bestellt. Aber es gibt auch die Effekte, dass etwas im Radio gespielt wird oder in der Zeitung steht. Und manche Sachen gehen einfach so. Zum Beispiel die Box mit den Columbia-Aufnahmen von Eugene Ormandy. Die habe ich angelegt ohne Infos, weil ich keine hatte. Und zack, kamen die Bestellungen. Viele übrigens aus Amerika.

Ortmann: Sie können bei uns in den Newsletter eintragen, dass Sie sich für Eugene Ormandy interessieren, und wenn wir jetzt diese Box veröffentlichen, bekommen Sie ein paar Sekunden später die Mitteilung dazu. Sie können als Kunde Ihr Interessensspektrum bei uns hinterlegen und bekommen dann Mails zu den Themen, die Sie interessieren. Das sind gewaltige Mengen, die wir auf diesem Wege jeden Monat an E-Mails verschicken.

Richter: Und unser Bestreben ist, immer die Ersten zu sein mit Informationen. Wir sind auch fast immer tagesaktuell. Und gucken uns alle Vorschauen der Labels und Vertriebe an und suchen uns alle Informationen zusammen, die wir kriegen können. Bei Ormandy waren wir die Ersten auf der ganzen Welt, die die Box angekündigt haben.

Ist das denn auch in der Klassik wichtig?

Für uns ist es wichtig, ja. Es gibt immer noch die Fans, die wirklich alles absuchen, was es im Netz gibt. Und wenn wir dann bei Google oder wo auch immer gefunden werden als



Gerhard Georg Ortmann, Burkhard Schmilgun und Norbert Richter

Einzigste oder als Erste oder als Oberste, dann hat das sofort eine Auswirkung auf das Bestellverhalten der Kunden. Manchmal dauert es aber auch lange, bis eine Platte plötzlich hochschießt. Da gibt es keine Gesetzmäßigkeiten. Wir bereiten vor und warten, was der Kunde macht. Sehr

die bald nicht mehr wird ausbauen können – weil es keine CDs mehr geben wird?

Ortmann: Im Klassikbereich sehe ich überhaupt nicht, dass die CD verschwinden wird. Vielleicht wird der Markt noch ein paar Jahre in kleinen Schritten weiter schrumpfen. Aber

„Es wird die CD noch lange geben. Wie soll man mit einem Scharwenka digital Geld machen?“

interessant ist jetzt, finde ich, Brahms' „Deutsches Requiem“ in der Version, die er selbst als Uraufführung in Bremen geleitet hat. Da war ein Satz noch nicht fertig, und deshalb hat Brahms das Programm angereichert mit zwei, drei Stücken von Bach und Händel. Nagano dirigiert, aufgenommen in der Elbphilharmonie, erscheint bei BIS als SACD. Darauf haben wir, glaube ich, drei Vorbesteller. Das verstehe ich nicht. Aber ich weiß: Sobald der Courier raus ist, läuft die Platte.

Wer eine CD-Sammlung hat, muss also keine Sorge haben, dass er

ich bin fest davon überzeugt, dass es die CD noch lange geben wird. Es gibt im digitalen Bereich keine wirklich erfolgreichen Anbieter. Wie soll man mit einem Scharwenka digital Geld machen?

Gerade wechseln viele Plattenlabels ihre Besitzer oder ihre Vertriebe. Ist das ein normaler Generationswechsel, oder gibt es tatsächlich eine Konzentration?

Es stimmt, eine solche Massierung von Verkäufen hat es noch nie gegeben. Aber ich glaube, das hat mit dem Marktgeschehen gar nicht so viel zu



Foto: jpc

Seit 1991 residiert jpc in Georgsmarienhütte

tun. Das waren in der Regel Labels, deren Inhaber in einem gewissen Alter waren und nun verkauft haben. Aber natürlich treibt viele Labelmanager die Frage um, wie man sich digital aufstellt. Da hängt man sich dann an ein Major-Label, um über eine gewisse Größenordnung anders agieren zu können. Es tauchen aber auch immer wieder neue Labels auf, von denen man noch nie gehört hat.

Überlegen Sie denn schon, falls es doch schiefgeht mit der CD, eine Streamingplattform für die Klassik aufzubauen?

Wir haben das überlegt, aber da braucht man viel Personal, um etwas bewegen zu können. Und das rechnet sich nicht.

Als cpo betrifft Sie ja auch das neue Pro-Rata-Abrechnungsmodell, das Spotify im letzten Jahr eingeführt hat: Jeder Track zählt gleich, egal wie lang er ist, und Tracks, die weniger als tausend Klicks pro Jahr erhalten, werden nicht mehr vergütet. Hat Spotify auf Kritik von den Plattenlabels reagiert?

Richter: Nein. Es gibt zwar mehr Presse über dieses Thema, aber das sind eher Frustrationsbekundungen. Spotify hat sich bislang nicht gerührt.

Ortmann: Wir haben bei Spotify 55 Prozent weniger Einnahmen. Was die machen, ist ganz klar geistiger Diebstahl. Die benutzen unsere Musik, aber bezahlen sie nicht. Aber uns sind einfach die Hände gebunden.

Sie raten also jungen Musikern, die Aufnahmen machen wollen, weiterhin CDs zu machen?

Richter: Musiker, die nach den Konzerten den Kontakt mit dem Publikum suchen und signieren, die verkaufen noch relativ viel. Insgesamt sind die Verkäufe nach Konzerten zwar viel weniger geworden, und weil die Händler meist noch Standgebühren zahlen müssen und Personalkosten haben, lohnen sich CD-Tische für Plattenhändler nicht mehr. Aber für die Musiker selbst sieht das anders aus.

Schmilgun: Ich kann aus der Praxis sagen, dass gerade Kammermusikensembles sofort nach Belegexemplaren fragen und oft nachkaufen. Ich

habe noch keinen Musiker erlebt, der sagt, eine CD brauche ich nicht. Das ist immer noch eine Visitenkarte.

Ortmann: Und wenn man schon die Aufnahme finanziert hat, ist es nur noch ein kleiner Schritt, auch die Kosten für die Pressung zu übernehmen. Ein Cover brauche ich auch für eine digitale Veröffentlichung. Was als Produktionsaufwand noch hinzukommt, ist nur das Booklet. Und was man nach einem Konzert an einer CD verdienen kann, ist deutlich mehr als das, was man übers Streaming generieren kann. Für eine digitale Veröffentlichung muss man fast die gleiche Arbeit leisten. Nur dass man hinterher nichts Physisches in der Hand hat, sondern dass die Aufnahme irgendwo im Orbit kreist.

Zusammengefasst muss man also sagen: Eine existenzielle Krise gibt es nicht?

Ortmann: Es gibt gute Jahre, und es gibt schlechte Jahre. Und das letzte Jahr war nicht gut. Aber ich würde noch nicht von einer Krise sprechen. Noch bewegt sich alles in der normalen Bandbreite. Aber es ist ganz sicher schwieriger geworden.

Richter: Man muss sich auch um all die kleineren Sachen kümmern, die früher so nebenbei mitliefen. Es sind nicht mehr nur einige wenige Produkte, die uns das Geschäft sichern. Es geht nur noch über diese totale Breite. Aber damit funktioniert es immer noch. Und wenn dann noch einzelne Produkte hinzukommen, die sich richtig gut verkaufen, ist das schön. Wie jetzt gerade Hans Zimmer.

Geht es jpc auch deshalb so gut, weil es keine Konkurrenz gibt? Und warum hat niemand Ihr Modell kopiert?

Ortmann: Es gibt bestimmt hundert Onlinevertriebe in Deutschland, die sich aber hauptsächlich in der Popmusik und im Vinylbereich bewegen. In der Klassik gibt es nichts

Vergleichbares mehr. Außer Presto vielleicht, die ticken ähnlich wie wir.

Richter: Wir betreiben schon einen enormen Aufwand, den sich andere nicht mehr leisten könnten. Bei uns findet man zum Beispiel alle Platten, auf denen ein Künstler auch als Gast mitwirkt. Man findet Epochen und Genres, Herkunftsländer, man kann sehen, ob der Komponist männlich oder weiblich ist – was bei vielen Namen nicht so klar ist. Das ist alles handgemacht, da arbeiten wir sehr akribisch. Und das ist vielen Kunden, die spezielle Interessen haben, wichtig.

Kommen wir noch auf Ihr eigenes Label cpo zu sprechen. Wie ist das entstanden?

Ortmann: Es ging los mit dem Anruf eines Kölner Journalisten, der bei jpc Kunde war, Knut Franke. Er sagte, am nächsten Tag gebe es in Köln die Welterstaufführung von Fanny Mendelssohns „Oratorium nach den Bildern der Bibel“, von einem lokalen Ensemble. Da habe ich bei Dabringhaus und Grimm in Detmold angerufen und die gefragt, könnt ihr da morgen hinfahren? Das haben sie gemacht und es mitgeschnitten. Sie hatten schon einige LPs veröffentlicht, sie hatten einen Grafiker und wussten, wie das mit den Presswerken ging. Sie haben mir sehr geholfen. Das war der Anfang. Dieses Oratorium hat sich wirklich extrem gut verkauft. Also mussten auch andere Aufnahmen funktionieren.

Wollten Sie von Anfang an Raritäten herausbringen?

Nein, das war einfach trial and error. Wir haben in den ersten Jahren viel importiert aus Tschechien, Ungarn, Russland, wo es die staatseigenen Plattenfirmen gab. Und es war überraschend, wie viele Leute sich für Komponisten wie Miaskowsky, Fibich und so weiter interessierten, für Repertoire also, das es hierzulande noch gar nicht gab. So bin ich auf Gla-

sunow gekommen. Inzwischen gibt es von seinen Sinfonien zehn oder zwölf Gesamtaufnahmen, damals gab es nichts vom russischen Brahms. Die Leute haben uns diese LP-Box

„Es ist einfach schön, das gesamte Orchesterwerk von Emilie Meyer zu haben. Die Kunden lieben es.“

aus dem Regal gerissen. Zum Entdecker-Label ist cpo erst geworden, als Burkhard Schmilgun dazustieß. Das war 1991, da hatte ich schon dreißig, vierzig Platten herausgebracht.

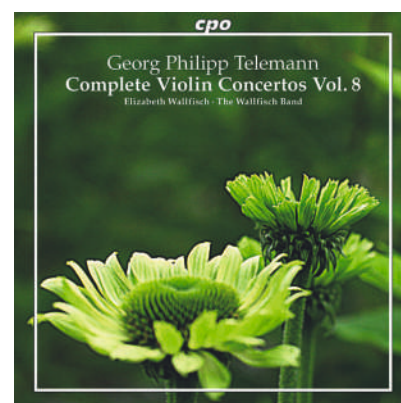
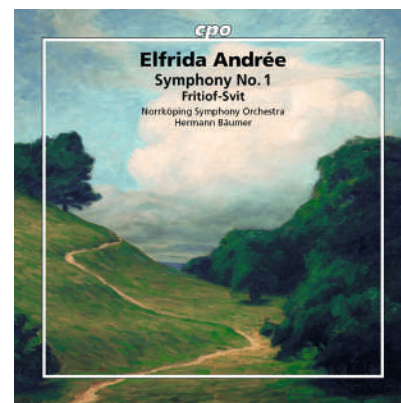
Mittlerweile hat cpo unzählige Raritäten veröffentlicht. Herr Schmilgun, wie finden Sie immer noch so viele neue Werke?

Schmilgun: Es soll nicht arrogant klingen, aber ich weiß einfach, was und wo ich suchen muss. Ich interessiere mich für diese Sachen, seit ich 16 bin. Und wenn man viel liest, stößt man auf immer neue Hinweise. Wie jetzt Elfrida Andrée, die hatte ich ganz lange auf dem Schirm. Nur hatte sich noch keine Gelegenheit ergeben, das zu produzieren. Manchmal dauert es, bis alles passt und man es finanzieren kann. Man braucht Partner, Festivals und vor allem die Rundfunkanstalten, und da wird es immer schwieriger. Flächendeckend werden die Klassikabteilungen abgebaut. Viele Redakteure kommen ins

Rentenalter, und dann wird die Stelle nicht mehr besetzt oder umgedeutet. Die Oberen sagen: Warum muss der Rundfunk denn noch selbst produzieren? Aber ohne den Rundfunk

könnte man kein Oratorium mehr aufnehmen oder große sinfonische Produktionen machen. Das war das klassische Modell: Wir haben etwas entdeckt und sind auf einen Rundfunksender zugegangen. Manchmal sind die Rundfunkleute auch auf uns zugekommen, weil sie wussten, bei cpo sind sie richtig.

Wie findet man die Solisten und die Dirigenten, die Raritäten lernen, die sie nur selten, wenn überhaupt, im Konzert aufführen können?



Über die Jahre hat sich ein Pool an Künstlern aufgebaut, von denen man weiß, die sind neugierig, die sind gut, die haben Spaß daran. Wenn ich mit Oliver Triendl telefoniere, dann haben wir zwanzig Ideen. Ganz schwierig ist es, Streichquartette zu finden, die wollen erst mal das große Repertoire spielen und aufnehmen. Wir machen gerade Ernst Pepping. Das Klavierkonzert haben wir schon, aber jetzt nehmen wir noch eine Doppel-CD mit seinen Klaviersonaten auf. Das machen wir zusammen mit einer Rundfunkanstalt. Da steht der Flügel, und von denen kommt auch der Klavierstimmer. Ich weiß, von Pepping werden wir über die Jahre siebenhundert Stück verkaufen. Da muss der Pianist auf sein Honorar verzichten und begeistert von der Sache sein. Aber er muss auch kein Geld mitbringen. Das können viele Musiker gar nicht fassen.

Denken Sie immer vom Repertoire aus?

Wenn man jahre- oder jahrzehntelang mit einem Künstler zusammen-

gearbeitet hat und der sagt, ich würde jetzt gern mal Beethoven einspielen, und wir haben das Gefühl, das könnte etwas Besonderes werden, dann versuchen wir es. So war das mit Michael Korstick zum Beispiel.

Sie machen alles vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert – aber kaum Musik von heute. Warum nicht?

Das war mal anders. Als ich noch bei Radio Bremen war, kam eines Tages ein Redakteur und zeigte mir eine Platte mit Musik von Gubaidulina und sagte, das ist ein ganz tolles neues Label, die machen viel neue Musik: cpo.

Ortmann: Bei zeitgenössischer Musik kommen die GEMA-Gebühren und die Gebühren für das Notenmaterial hinzu, man hat die Notenverlage dazwischen. Aber die Stückzahlen, die man absetzt, sind im Schnitt, von Ausnahmen abgesehen, deutlich kleiner, als wenn man Telemann macht. Man bekommt kaum Hilfe, aber die braucht man bei neuer Musik.

Richter: Und es gibt ja Labels wie Wergo, Kairos oder Neos, die das vielleicht auch besser können.

Es ist immer noch Teil Ihres Konzepts, viele Werke eines Komponisten in einer Edition herauszubringen, oder?

Schmilgun: Ja. Wir machen auch keine Misch-CDs. Ich verstehe das bis heute nicht: Viele Label präsentieren eine Entdeckung und packen dann noch Beethoven dazu. Wie kann man

so was machen?! Wenn ich etwas entdecke und daran glaube, dann muss ich den Scheinwerfer darauf richten und es nicht irgendwo verstecken zwischen Beethoven und Schumann. Dann geht es unter.

Ortmann: Das macht man oft für die Künstler. Die bekommen ein Werk für ihr Publikum, dem sie die CD verkaufen, und die Rarität machen sie fürs Label.

Schmilgun: Wir machen Repertoirepolitik. Und wir machen, wenn möglich, immer Editionen. Wenn ich eine erste Sinfonie habe, dann sehe ich zu, dass ich auch die zweite finde und aufnehme.

Und wenn die nicht so gut ist?

Das sollen die Käufer entscheiden. Aber so macht man Komponisten sichtbar. Wir haben die allererste Korngold-Edition gemacht, wir haben Hindemith komplett gemacht, Pfitzner komplett, wir waren da Pioniere. Dann kamen Atterberg und Villa-Lobos und so weiter. Eine Edition bekommt eine ganz andere Aufmerksamkeit.

Ortmann: Und ich liebe die dicken Boxen. Es ist einfach schön, das gesamte Orchesterwerk von Emilie Meyer zu haben. Das sieht schön aus, und die Kunden lieben es auch.

Wie wichtig sind die ausführlichen Texte in den Booklets?

Richter: Sehr wichtig. Wo erfährt man etwas über Elfrida Andrée, wenn nicht in unserem Booklet? Das ist der Riesenvorteil der CD.

Finden Sie wirklich alles, was Sie herausbringen, gut?

Schmilgun: Zu 95 Prozent stehe ich voll dahinter. Manches mache ich vielleicht auch aus Gründen der Vollständigkeit. Aber ich mache nichts, von dem ich nicht denke, das wird auf Interesse stoßen. Musik muss hörbar sein.

Ortmann: Wenn wir sämtliche Sinfonien von Michael Haydn ma-



chen, dann machen wir das, um auch seinen Werdegang zu dokumentieren, da gehören dann ein paar ganz schwache Werke einfach dazu.

Schmilgun: Und hinterher stellt man fest, dass die auch gut sind. Michael Haydn steht wirklich absolut zu Unrecht im Schatten seines Bruders.

Warum brauchen Sie zum Teil Jahre, um eine Aufnahme zu veröffentlichen?

Weil wir nicht mehr als sechs oder sieben CDs im Monat machen können. Und ich muss einfach die Chancen nutzen, wenn sie sich bieten. Ich kann nicht sagen, jetzt passt es nicht, warten wir drei Jahre mit der Aufnahme. Manches braucht dann eben eine Weile, bis wir es herausbringen können.

Gibt es noch Komponisten im MGG oder im Grove, die Sie nicht kennen?

Klar, ich bin kein wandelndes Lexikon. Mut zur Lücke, sage ich immer. Außer bei Telemann. Da kenne ich zumindest das Wichtigste.

Richter: Die Box mit dem Gesamtwerk von Telemann wäre die Krönung seines Lebenswerks.

Schmilgun: Darauf freue ich mich jetzt schon.

Wie viele CDs wären das?

3.000? Es gibt 3.600 Werke, von denen man weiß. Man kann gar nicht nachvollziehen, wie er das überhaupt rein mechanisch alles aufschreiben konnte. Aber wenn Mozart so alt geworden wäre wie Telemann und weiter so produziert hätte, hätte er das Zehnfache geschrieben. Auch Schubert hat wahnsinnig viel geschrieben. Aber es heißt immer: Telemann, der Vielschreiber!

Es ist ein Phänomen, dass es noch so viel zu entdecken gibt. Angefangen beim Barock...

Richter: Barock ist, glaube ich, deswegen so populär geworden, weil es



700.000 CDs, DVDs, Blu-rays, LPs und Bücher umfasst das Lager von jpc

die historische Aufführungspraxis gibt. Früher gab es nur die großen Werke Bach, Händel, Vivaldi vielleicht noch. Dann kamen Harnoncourt und nach ihm eine ganz neue Generation von Musikern, und die fingen alle an zu graben in den Archiven – und haben viel gefunden. Barock ist immer noch die Epoche, die sich am allerbesten auf Tonträgern verkauft.

Und im 19. Jahrhundert graben Sie als Plattenlabel.

Schmilgun: Es gibt da auch Musiker, die auf Repertoiresuche gehen. Aber die Originalklangensembles sind freie Musiker, das ist etwas ganz anderes als ein Sinfonieorchester mit dem Generalmusikdirektor, der zusehen muss, dass der Saal voll wird und der deshalb keine Augusta Holmès aufs Programm setzt – von Ausnahmen abgesehen, natürlich.

Man sollte meinen, irgendwann ist die Musikgeschichte abgegrast.

Schon die Neandertaler haben angefangen, Kunst zu schaffen mit ihren Höhlenzeichnungen. Seitdem

ist unfasslich viel entstanden. In der Musikgeschichtsschreibung herrscht ein Heroenkult, der erst in den letzten zwanzig Jahren, auch dank cpo, etwas aufgebrochen wird. Es gibt die Größen, die jeder kennt. Aber neben Brahms gibt es auch noch einen Friedrich Gernsheim und einen Max Bruch. Und wenn man in deren Noten guckt, stellt man fest, die konnten auch was. Klar, das ist nicht Brahms, aber man sollte ihre Musik trotzdem dokumentieren. Und das geht nur, wenn man sie zum Klingen bringt. Da nützen keine historisch-kritischen Editionen in der Musikbibliothek. Deswegen auch die ganze Mühe um Telemann. Man muss diese Musik einfach hören. Und dann stellt man fest: Meine Güte, war der gut!

Wer sich jetzt ein Musikzimmer einrichtet oder ein CD-Regal ins Wohnzimmer stellt, der sollte also noch viel Platz lassen für die kommenden Jahre?

Ortmann: Unbedingt! Was bei uns allein noch an Komponistinnen kommt, dafür braucht man viel Platz. ■