

Handel und Sammler

Der Stoßseufzer, der sich dem geplagten Schallplattenherz des Herrn Helge Grünwald (siehe Heft 5/1968) entronnen hat, fordert zu einer Stellungnahme zum Thema Schallplattenverkauf heraus.

Über allem hätte die Überlegung zu stehen, daß der Verkauf von Schallplatten mit sogenannter E-Musik nur einen relativ kleinen Prozentsatz des gesamten Schallplattenumsatzes ausmacht. Dadurch wird bedingt, daß für die Beschäftigung einer vollwertig ausgebildeten E-Platten-Verkäuferin ein entsprechend großes Einzugsgebiet vorhanden ist. Das ist im allgemeinen — ähnlich wie auch in anderen diffizilen Disziplinen — nur in Großstädten oder in Bezirksstädten mit großem Hinterland der Fall. Es wäre zuviel verlangt, daß ein kleines Schallplattengeschäft in einem Landstädtchen eine hochbezahlte Kraft anstellt, wenn die Publikumsnachfrage notwendigerweise gering bleibt.

Die Möglichkeit, von einer qualifizierten Fachkraft nach den Wünschen befragt zu werden, dürfte sich in einem renommierten Fachgeschäft der Großstadt fast immer bieten. Dagegen wird der Käufer, zumal wenn er mit einigen ausgefallenen Wünschen kommt, in einer Kleinstadt ohne Hinterland oder in rein ländlichem Gebiet schlechter dabei fahren.

Diese Überlegung müßte man logischerweise anstellen, ehe man den Fachhandel insgesamt in den Boden verdammt. Man sollte dann die einzig mögliche Schlußfolgerung ziehen, wie sie bei Sammlern im allgemeinen gang und gäbe ist: sich eine Fachzeitschrift halten, durch welche man über Neuerscheinungen und über Beurteilungen der begehrten Materie Platte auf dem laufenden gehalten wird. Das Platten-

angebot ist dermaßen riesig und kaum noch überblickbar geworden, daß ein noch so gut geschulter Verkäufer dabei überfordert werden kann. Hier muß eine (wenn auch nur mit Maßen betriebene) Vertiefung in die Schallplattenwissenschaft stattgreifen. Mit anderen Worten: Der ernsthafte Interessent an der Musik ist wohl oder übel genötigt, sich selbst einige Kenntnisse beizubringen, die ihm die rechte Auswahl erleichtern. Der solchermaßen vorbereitete Käufer wird sich selbst den größten Gefallen tun (und sich darüber hinaus ein schönes Hobby zulegen), wie er andererseits im Fachgeschäft als Kunde gern gesehen werden wird. Es wird sich dann — so meine ich — mancher Stoßseufzer in ein angenehmes Aufatmen verwandeln lassen!

W. Eversheim, Schwerte

Daß Herr Grünwald, und sicher nicht nur er, Anlaß hat, derartige Mißstände zu beklagen, ist bedauerlich. Daß man aber gegen solche Vorwürfe die Schallplattenhandlungen in Schutz nehmen muß, ist noch bedauerlicher. Wirft doch diese Tatsache ein bezeichnendes Licht auf den bei uns so oft zitierten Bildungsnotstand.

Wenn ich es nun versuchen möchte, diesen „Notstand“ zu erklären, so kann ich das nur aus meiner eigenen Tätigkeit in einer Musikalienhandlung in einer größeren Mittelstadt — die Musikalienhandlungen der Großstädte werden ja von dieser Misere kaum betroffen. Um es kurz und bündig zu sagen: Der ungeheuer große Umsatz von Schlager- und Beatplatten ist das eigentliche „Geschäft“ eines solchen Betriebes und die notwendige finanzielle

Voraussetzung für eine Abteilung mit klassischer Musik. Es ist zutiefst bedauernd, daß es heute nicht mehr möglich ist, nur mit klassischer Musik eine positive Jahresbilanz zu erzielen.

Hier täuschen auch sehr die Bestsellerlisten verschiedener Zeitungen und Magazine, die sicher aufgrund von Umfragen in Großstädten zusammengekommen sind. (Paradebeispiel: Die seit einem Jahrzehnt ununterbrochen aufgeführten „Virtuosen Trompetenkonzerter“ aller Folgen habe ich in 3 Jahren keine fünfmal verkauft!)

Wenn also der größte Umsatz durch Beat und Schnulzen zustande kommt, ist es selbstverständlich, eine hierin erfahrene Kraft einzusetzen. Wer aber soll schon 500 Schlagerneuheiten pro Monat hören, wenn nicht der, der sich für diese „Musik“ interessiert?

Daß junge Mädchen hierfür sehr viel Interesse haben, ist leider selbstverständlich. Die Ausbildung dieser Mädchen ist eine normale Lehre im Musikalienhandel, die selten Spezialkenntnisse vermittelt. Nach Bayreuth geschickt wird nur jemand, der sowohl Interesse an seinem Beruf hat, das heißt der auch das klassische Fach übernehmen kann, als auch eine längere Tätigkeit in diesem Beruf und in diesem Geschäft erwarten läßt . . .

Aber . . . Daneben muß eine zweite Kraft sein, die sich auf klassische Musik spezialisiert hat; der Betreffende wird dann in wenigen Monaten einen Stammkundenkreis haben, mit dem er Neuheiten diskutieren kann, dem er beratend zur Seite stehen kann — ja, es wird ein Clan Gleichgesinnter, wenn auch die Altersunterschiede noch so groß sein sollten.

Und es ist keinesfalls abwegig, vorher ein Musikstudium abgeschlossen zu haben. Eine solche Tätigkeit ist sicher ebenso ausfüllend wie eine andere mit ähnlicher Vorbildung.

Die Franzosen sind uns hierin weit überlegen. Dort ist ein solcher klassischer Kreis das Gütezeichen eines „magazin“. ORTF sendet von solchen Leuten zusammengestellte Musiksendungen.

Ist dieser Berufszweig für junge Leute in Deutschland so wenig attraktiv?

Die von Herrn Grünwald als Gegenargument zitierte Buchhandlung ist wohl kaum in dieser schlechten Lage. Denn Schlager und Beat haben keine Parallele im gedruckten Wort (wie ich zu behaupten wage).

Mit dem Argument „Ich lese gerne“ wird wohl niemand in einer Buchhandlung angestellt werden. Dagegen ist ein Musikalienhändler froh, wenn er jemanden anstellen kann, der sagt: „Ich interessiere mich für Schlager und Beat und kenne die 1000 Bands ebenso wie die 2000 Schnulzen, die heute modern sind.“

Richard Hauser, Emmendingen

Bücher für Sie

Paul Hindemith

DIE LETZTEN JAHRE

90 Seiten mit 87 Fotos, Faksimiles und einem Verzeichnis „Biographische Daten und Werke“. Das Geleitwort schrieb Willi Schuh. Leinen 18,— DM

Alfons Ott

TAUSEND JAHRE MUSIKLEBEN

Bilder aus deutscher Vergangenheit. 176 Seiten, reich illustriert. Leinen 16,50 DM

Harold C. Schonberg

DIE GROSSEN PIANISTEN

Eine Geschichte des Klaviers und der berühmtesten Interpreten von den Anfängen bis zur Gegenwart. 436 Seiten mit zahlreichen Abbildungen. Leinen 28,— DM

IGOR STRAWINSKY — LEBEN UND WERK

von ihm selbst

Mit einem Vorwort von Willi Schuh, einem biographischen Bildbericht und Werkverzeichnis. 344 Seiten mit 96 Abbildungen. Leinen 21,— DM

IGOR STRAWINSKY — GESPRÄCHE MIT

ROBERT CRAFT

264 Seiten mit 23 Abbildungen. Leinen 21,— DM

K. H. Ruppel

MUSIK IN UNSERER ZEIT

Bilanz von 10 Jahren, 300 Seiten. Leinen 18,50 DM

Alle diese Bücher erhalten Sie durch die

BIELEFELDER VERLAGSANSTALT KG

Abt. Versandbuchhandlung

48 Bielefeld - Ulmenstraße 8 - Postfach 1140