

Martin Goldschmidt, London

Bei ihm ist es Musikern wohl

Der Chef der Plattenfirma Cooking Vinyl hat sich im Gegensatz zu anderen Labels nicht vom Internet überrollen lassen. Im Gegenteil: Er hat die Chance zum Umdenken erfolgreich gepackt. *Hanspeter Künzler (London)*



Hat attraktive Geschäftsmodelle für Musiker und Bands: Martin Goldschmidt.

Plattenfirmen geniessen keinen guten Ruf. Bei den Musikfans nicht und bei den Künstlern nicht. Erstere monierten schon zu Vinyl-Zeiten, dass Platten viel zu teuer seien. Letztere klagten, sie würden gnadenlos ausgenommen – eine Klage, die nicht immer unverständlich war. Im Zeitalter des Laptops rächt sich der schlechte Ruf. Ein Musiker kann sein Album heute im Badezimmer aufnehmen und selbst im Internet vertreiben. Die Kundschaft kann sich die Resultate direkt herunterladen – womöglich illegal und gratis. Gaunerhafte Plattenfirmen braucht es nicht mehr. «Wir sind anders», sagt Martin Goldschmidt, Chef des unabhängigen Londoner Labels Cooking Vinyl, dazu. «Wir bieten einen Service – für Künstler und Kunden.»

In den bewegten späten 1970er-Jahren war Goldschmidt ein punkiger Student, der anti-rassistische Demonstrationen mitorganisierte und dafür Musikbegleitung brauchte. Als eine befreundete Band bei keinem Label unterkam, sprang er in die Bresche. «Do it yourself» hiess das Motto. Rundum schossen sogenannte Independent-Labels (Indies) aus dem

Boden. Die meisten gingen bald wieder ein, fast auch Cooking Vinyl. Ende der 1980er-Jahre drohte der Konkurs.

Erfolg statt Konkurs

Doch Goldschmidt und seine Leute zogen ihre Lehren – und überlebten. Heute macht Cooking Vinyl mit Sitz in Acton (West London) und 25 Angestellten 9 Millionen Pfund Umsatz. Das Label pflegt Musiker wie die Techno-Rock-Band The Prodigy oder Suzanne Vega und organisiert von der Produktion der Tonträger bis zum Online-Marketing alles selbst. Wie hat er das geschafft? «Ich gehe vorsichtig mit dem Geld um», erklärt Goldschmidt lächelnd, «ich habe nie zu viel herausgenommen. In einer anderen Industrie ist es nichts Aussergewöhnliches, keine Schulden zu haben. In der Musikindustrie aber ist es rar.»

Für die Rückkehr zum Erfolg war ein radikales Umdenken nötig. Statt neue Künstler aufzubauen, nahmen Goldschmidt und Co. Künstler unter Vertrag, die bereits auf eine Fanbasis zählen konnten und damit Voraussagen über ihr Verkaufspotenzial erlaubten. Früher

Cooking Vinyl Records

Gegründet: 1986

Sitz: London (UK)

Mitarbeitende: 25

Umsatz: 9 Millionen Pfund

Grossbritannien

Einwohner: ca. 62 Millionen

Währung: Britisches Pfund

BIP/Kopf: ca. 29 000 Pfund

Arbeitslosenquote: 7,8 Prozent

hatten sich die Indies beschwert, dass ihnen die grossen Plattenfirmen die Jungtalente wegnahmen. Cooking Vinyl machte das Umgekehrte – und nahm Künstler wie Billy Bragg unter Vertrag, die von den Majors zwar aufgebaut worden waren, für diese aber zu wenig Profit abwarfen. Cooking Vinyl bietet den Musikern nebst konventionellen Verträgen eine attraktive Alternative: Die Künstler können Alben auf eigene Kosten aufnehmen, die Firma organisiert dafür Marketing und Vertrieb. So können die Künstler aus den Verkaufserlösen mehr verdienen als im herkömmlichen Geschäftsmodell.

Kein Wunder, arbeiten Musiker genau so gern mit Goldschmidt zusammen wie seine treuen Angestellten. Früh erkannte Goldschmidt, der seinen Leuten morgens gerne Kaffee serviert, das Potenzial des Internets. Er lancierte einen Online-Vertrieb, der ihm eine grosse Expertise und gute Connections bescherte. Schliesslich konnte er den Vertrieb zu einem «vorteilhaften Preis» verkaufen. «Das Internet macht mir nicht Angst», sagt er zum Online-Boom. «Sicher, die Musikindustrie braucht den Schutz der Copyrights. Zentral ist aber, dass wir ein Produkt bieten – etwa toll verpackt –, das so gut ist, dass es Musikfans lieber kaufen als sich gratis zu bedienen.» ■