

Zeitschrift: Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin
Band: 25 (2018)
Heft: 277

Artikel: Persönlich, nicht personalisiert
Autor: Steinestel, Ruth
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-884205>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Persönlich, nicht personalisiert Analog überleben im digitalisierten Musikalienhandel? Musik Hug, der Branchenführer, ist in St.Gallen untergegangen. Aber der Notenpunkt lebt. Ruth Steinestel von der St.Galler Filiale erzählt.

CDs, Kassetten, Schallplatten: Die analogen Tonträger sind unter Druck, teils fast verschwunden. Vinyl erlebt zwar gerade eine Renaissance und erstaunlicherweise gibt es wieder junge Bands, die Kassetten aufnehmen. Die digitale Generation erinnert sich an die Tonträger von früher – das könnte aber schnell wieder vorbei sein.

Bei mir kaufen junge Leute Schallplatten oder CDs für ihre Eltern, besonders im Weihnachtsgeschäft. Wer CDs für sich selber kauft, ist im Schnitt 50, 60 aufwärts, jedenfalls bei uns; wir führen schwermühtmässig Klassik, Jazz sowie Schweizer- und Weltmusik. Für die Auswahl orientiere ich mich, neben den Neuheiten, daran, was in St.Gallen los ist, im Kinok, in der Tonhalle. Es ist eine persönliche Auswahl, darüber hinaus kann man ja bestellen.

Die Mischung funktioniert, ich verkaufe jeden Tag CDs, allerdings bei weitem nicht in dem Mass wie früher. Vor 20 Jahren hatte man teils von einem Werk zwei Interpretationen an Lager, die historische Aufführungspraxis war relativ neu, das war ein Riesenmarkt, und neue Aufnahmen wurden diskutiert. Heute nehmen auch Klassikhörer Streamingdienste in Anspruch, hören sich Aufnahmen auf YouTube an, für die man früher eine CD gekauft hätte. Das Angebot ist gewaltig, das Mozart-Requiem findet man in zahllosen Aufnahmen aus aller Welt. Die Frage ist, ob diese Vielfalt Sinn macht – zum Recherchieren ist es sicher nützlich, aber ein Hörgenuss? Die Frage ist auch: Was will man besitzen und wo geht es mehr darum, einen Einblick zu bekommen? Klassik-affine Menschen sind vielleicht eher auch besitzaffin.

Wie es mit den Tonträgern in fünf bis zehn Jahren aussieht, hängt davon ab, was im Bereich der künstlichen Intelligenz und der Digitalisierung passiert, aber auch im Detailhandel, in der Stadtentwicklung. Amazon & Co. sind natürlich eine starke Konkurrenz, aber wir stellen fest: Die Menschen schätzen es nach wie vor, in ein Fachgeschäft zu gehen, wo eine Auswahl vorhanden ist, wo tausend Jahre Musikgeschichte zu finden sind, wo man sich beraten lassen und bestellen kann. Oder die Leute vertrauen mir, dass ich für sie etwas Schönes finde. Aber das Hauptgeschäft sind ja nicht die CDs. Die CD-Ecke in St.Gallen ist mein persönliches Anliegen, die anderen Notenpunkt-Filialen haben das nicht – bestellen kann man aber auch dort. Reine Notenläden wie Notenpunkt: Das muss man bald weltweit suchen.

Der Notenhandel funktioniert noch zu einem grossen Teil physisch. Das gilt einerseits für den Verkauf. Da gibt es zwar auch digitale Entwicklungen; der Webshop läuft heute sehr gut. Andererseits die Ware selber: Wir sind angeschlossen an einen autorisierten Vertrieb, wo wir Noten ausdrucken können. Das betrifft vor allem Charthits, Poptitel für Kunden, die kein ganzes Album erwerben wollen, aber dennoch die Gewissheit haben, dass die Vertriebs- und Druckrechte vom Verlag autorisiert sind. Die Künstler müssen ja auch etwas verdienen. Viele Kunden bestellen weiterhin direkt bei uns, weil alles, was online passiert, bekanntlich Spuren hinterlässt. Davon leben die grossen Internetfirmen.

Zwar gibt es Verlage, welche digitale Noten anbieten, oder man lädt sich Noten aufs iPad. Aber gratis ist auch das nicht, Downloads kosten, das Gerät braucht Strom und man muss es kaufen. Die Frage müssen sich Händler wie Kunden stellen: Was löst wo welche Wertschöpfung aus und verursacht welche Kosten und Zeitverluste? Beim Händler steht das Wichtigste im Regal, man kann es mitnehmen, ohne stundenlang am PC Ausgaben und Preise zu recherchieren. Das Haptische ist nicht zu unterschätzen. Man kann blättern, sieht die Papier- und die Druckqualität und den Schwierigkeitsgrad. Ältere gemeinfreie Ausgaben, die man gratis im Netz findet, sind in der Regel zudem nicht zuverlässig. Bei Urtext-Ausgaben hat man die Gewissheit, dass die Musik authentisch ist,

und das in einer Zeit der «Fakes».

Wenn man bedenkt, wieviel Arbeit hinter einer Ausgabe steckt, sind Noten im Grunde zu billig. Zum Beispiel Beethovens Klaviersonate *Die Wut über den verlorenen Groschen*. Die Urtextausgabe bei Henle kostet 9 Franken 75. Darin enthalten ist die Arbeit des Verlags, zum Teil jahrelange Forschungsarbeit von Wissenschaftlern, dann der Druck, der Vertrieb, Zölle, Transportkosten, der Verkauf im Laden... Wie viele «Groschen» beim Einzelhandel bleiben, hängt von der Marge ab, im Schnitt vielleicht 30 Prozent. Noten dürften teurer sein – natürlich sollten die Preise niederschwellig bleiben, aber eine gebundene Ausgabe hat man fürs Leben, anders als lose Blätter, die beim Spielen vom Notenständer herunterfallen.

Ein Zusammenbruch hat bisher nicht stattgefunden im Notenbereich. Wir haben von Kindern bis zu Profis, von Anfängern bis zu Senioren, die nochmal anfangen mit einem neuen Instrument, das ganze Leben hier im Laden. Die Ostschweiz hat eine tolle Chorlandschaft und viele Musikschulen. Mit ihnen arbeiten wir zusammen; sich analog zu vernetzen, ist wichtig. Es geht ja auch um die Stadt, ohne den Einzelhandel wäre die Stadt nichts. Der Laden ist ein Treffpunkt, zudem können wir Anliegen der Kunden an die Verlage weitergeben.

Und das Wichtigste ist die Beziehung. Im Netz erkennt der Algorithmus, was am meisten geklickt worden ist. Im Laden kann ich ins Regal greifen und treffe oft ins Schwarze, weil ich die Kunden seit Jahren kenne. Was wir als Händler vor Ort, die am Musikleben teilnehmen, bieten, das kann kein Internetriese leisten. Das ist persönlich, nicht personalisiert. Und im Wort «persona» steckt ja das «sonare», das Klingen mit drin.

Notiert von Peter Surber

Ruth Steinestel führt seit dreieinhalb Jahren den Notenpunkt in der St.Galler Innenstadt. «Automatisierte» Musik findet man bei ihr übrigens auch: *Die Stücke für eine Spieluhr* von Joseph Haydn zum Beispiel, aus der Frühzeit der Automatenfaszination im 18. Jahrhundert, stehen bei ihr im Regal.