



Hat im Musikgeschäft in Hannover und von Hannover aus viel erlebt und bewegt: Manfred Schütz.

Der Mann der Rock´n´Roll Kulturschmiede

Im Interview mit Manfred Schütz von MIG

25.02.2019, Von: Sabrina Kleinertz, Foto: Sabrina Kleinertz

Mit der Eröffnung der Plattenläden „Boots“ und „Musicland“ in den 1970er-Jahren brachte Manfred Schütz von vielen Musikfans abseits des Mainstream nachgefragten Rock´n´Roll in Form von Tonträgern nach Hannover. 1984 gründete er die Plattenfirma SPV, die bald zu Deutschlands größtem Independent-Label erwuchs, er entdeckte und brachte viele Bands nach vorn und ist seit eh und je als emsiger und leidenschaftlicher Macher in der internationalen Musikszene bekannt. Seit einigen Jahren managt Schütz von Hannovers Südstadt aus das Label MIG (Music In Germany). Wir trafen Manfred Schütz zum Interview.

Rockszene.de: Wie sind Sie ins Musikbusiness gestartet?

Manfred Schütz: Ich bin Baujahr 1950 und habe die Zeit der Beatles und der ganzen anderen Bands miterlebt. Als der Rock´n´Roll begann, war ich allerdings noch im Kindergarten (lacht). Als Jugendlicher hat man sich immer gefragt, wo man Schallplatten herbekommt, denn es gab im Plattenladen immer nur eine einzige Platte einer Neuveröffentlichung, die aus England oder Holland importiert wurde und wenn die weg war, dann hatte man Pech.

Es war eine Mangelwirtschaft und mit heutigen Zuständen, in denen man mit dem Handy über Streamingplattformen 12 Millionen Songs zur Verfügung hat, nicht zu vergleichen. Mein erster Schritt ins Business war die Gründung des Boots Plattenladens in der Eckerstraße 3 in Hannover, nahe dem Weißekreuzplatz hinter dem Bahnhof. Dort hat auf 36 Quadratmetern der Rock´n´Roll

stattgefunden. Um 10 Uhr morgens standen die Kunden schon vor der Tür (lacht). Im Laufe der Jahre kamen noch weitere Plattengeschäfte in Niedersachsen hinzu.

Wie sind Sie dann zur Labelarbeit gekommen und schließlich zur Gründung von SPV?

Uli Scheibner hat bei mir im Laden gearbeitet und war gleichzeitig Bassist der hannoverschen Punkband Rotzkotz. Er fragte mich dann, ob ich ihr Album vertreiben kann und ich dachte, er meint damit den Verkauf. Er korrigierte das und meinte, dass er auch die Vermarktung meint. Ich habe also Rotzkotz gemacht und alles was danach kam, aber hatte keine Ahnung von Vermarktung oder Vertrieb. Also habe ich rumtelefoniert und die Chefeinkäuferin vom ersten Saturn Laden, der war in Köln, sagte: „Du kannst mir den Scheiß ja mal rüberschicken“.

Zu der Zeit hatte ich aber bereits zwölf Plattenläden rund um Hannover und in ganz Niedersachsen. Damals gab es noch keinen Computer, und so mussten wir für eine Inventur in einem der Läden dort alles erst einmal alphabetisch sortieren und dann wurde jede einzelne Platte aufgeschrieben mit Künstler und Titel. Alles Handarbeit. Solch eine Inventur hat dann schon mal zwei Tage gedauert. Nebenbei habe ich den Vertrieb aufgebaut und hatte dann das stärkste Independentlabel, für das ich Außendienstmitarbeiter eingestellt habe.

Das habe ich solange gemacht, bis ich 1983 dachte: „Das geht so nicht mehr!“. Meine erste Ehe war kaputt und meine Frau sagte zu mir, ich solle ihr nicht böse sein, aber sie hätte da jemand andern kennen gelernt. Wie sollte ich ihr böse sein? Ich war ja nie da, sondern ständig unterwegs. Am 1. Januar 1984 habe ich dann meine Firma SPV als reine Schallplatten-Produktion und Vertrieb gegründet. Wir hatten viele große Künstler und Bands, vor allem aus dem Heavy- Metal- Bereich, wie beispielsweise Metallica oder Motörhead. So hat sich SPV zu einem Unternehmen mit mehr als 125 Mitarbeitern entwickelt. Ich hatte ein gesundes Unternehmen, musste aber durch einen Fehler auf der Gesellschafterseite 2009 die Firma als insolvent anmelden.

Jetzt gibt es meine Firma MIG, also Made In Germany, in der wir als Kreativzentrum exquisite Produkte herstellen. Ich sehe uns hier als Manufaktur. Unsere tägliche Arbeit besteht besonders darin, unseren Katalog, also unser Angebot an Künstlern und deren Produkten ständig auszubauen.

Wie hat sich im Laufe der Zeit aus Ihrer Sicht und Erfahrung die Bedeutung der Musik verändert?

Was konnte man als 17-Jähriger in den 1960er Jahren machen: Entweder Fußball spielen oder Rock 'n' Roll leben. Musik hatte zu dieser Zeit eine ganz andere Bedeutung und war ein kultureller Ausdruck für unsere Generation. Außerdem konnten wir uns von unserer Elterngeneration abgrenzen. Diese hatten den Krieg miterlebt und nach dem Kriegsende war alles kaputt. Unsere Eltern wollten mit Politik nichts mehr zu tun haben, sondern sich nur noch auf die Familie konzentrieren. In den 1950ern hatten alle Scheuklappen auf und die Farben waren grau geworden.

Dann hat sich alles geändert; auch die technischen Möglichkeiten haben sich entwickelt. Den technischen Fortschritt kann man nicht aufhalten! Heute gehe ich durch den Bahnhof und jeder Zweite hat Kabel am Ohr. Ich kann mich dagegen noch genau daran erinnern, wie umständlich ein transportabler CD-Player war, der bei jedem schnelleren Laufen die Spur verloren hat. Es gibt nicht

mehr diese Wertschätzung, denn Musik ist für die Massen und in Massen verfügbar. Gleichzeitig finden die Leute aber auch Steinzeittechnologie wie die Schallplatte wieder gut und sind bereit, mehr Geld dafür auszugeben.

Wie beeinflusst die Digitalisierung und technologische Entwicklungen dann heute Ihre tägliche Arbeit?

Durch die Digitalisierung hat sich alles verändert. In der Promotion geht heute nichts mehr ohne die sozialen Medien und ohne die Internet-Foren, Blogs. Die klassischen Medien im physischen Bereich sind noch vorhanden, wie Zeitschriften oder Radiostationen, ihr Einfluss nimmt aber stetig ab. In der Vermarktung ist der physische Markt noch vorhanden.

Nach der Anfangseuphorie über die technische Möglichkeit Millionen Songs auf dem Handy zu haben, merken wir einen deutlichen Trend wieder hin zu einem wertvollen Produkt, was man z. B. an der Renaissance des Vinyls deutlich sehen kann. Die Menschen wollen am Abend ein Album oder vielleicht zwei hören und genießen und für „Alles in millionenfach“ ist das Leben zu kurz.

Streaming-Angebote und die entsprechenden Plattformen werden von Künstlern, vor allem Rechteinhabern oft kritisch gesehen, vor allem was die finanziellen Vergütungen angeht. Wie beurteilen Sie das?

Die unbegrenzte Verfügbarkeit von Musik durch die digitale Entwicklung, hat den entscheidenden Nachteil für alle kreativ Tätigen - sie verdienen kein Geld mehr. Die Künstler können von den Einnahmen aus digitaler Verwertung nur verhungern und die Label, wie wir von MIG können von den digitalen Einnahmen noch nicht einmal das Porto für die Promotion bezahlen. Die digitalen Verwerter, wie die Streaming Dienste Spotify oder YouTube etc sind internationale Konzerne oder werden von Ländern wie den USA aus gesteuert. Sie zahlen keine Steuern und sie zahlen keine angemessenen Vergütungen und Du hast als Label nur die Möglichkeit, auf eine Verwertung dort zu verzichten oder zu deren Bedingungen ja zu sagen.

Für alle Inhaber von musikalischen Rechten hat in den letzten 15 Jahren eine Enteignung stattgefunden. Die Politik hat dies nicht interessiert. Die digitale Wirtschaft ist so mächtig und diktiert der Politik die gesetzlichen Regelungen nach ihren Vorstellungen. Und wie man sich denken kann, geht es dabei nach amerikanischen Methoden - alles Geld zu uns. Diese Entwicklung hat fatale Auswirkungen auf das Kulturschaffen. Heute haben neue Künstler praktisch keine Chance mehr zum Erfolg. Musiker können nicht mehr von ihrem Schaffen leben.

Dieses gilt natürlich nur für die Independent Label. Die drei, vier Major-Label sind in einer anderen Situation. Spotify ohne Universal, und damit ohne deren riesige Kataloge, geht nicht. Es gibt also Verträge mit den Major-Firmen wie Sony, Universal, WEA oder BMG und Verträge für die Independent Label die nur Brotkrumen bekommen.

Welche Vor- und Nachteile haben Major und Independent-Labels heutzutage im Musikbusiness?

Die Major Firmen steuern mit ihren finanziellen Möglichkeiten den Markt und setzen mit Geld

Künstler durch. Die Independents halten mit ihrer Begeisterung für die Musik dagegen und begleiten und betreuen die Künstler durch ihre Hartnäckigkeit und ihr Fachwissen. Die Majors verabschieden sich Stück für Stück vom physischen Produkt und konzentrieren sich auf die einfachere personalschonende digitale Verwertung. In einigen Jahren schon wird das physische Produkt nur noch von Independents an die Musikliebhaber, Sammler und Jäger geliefert werden.

Links:

www.mig-music.de

Ähnliche Artikel auf Rockszene.de:

[Viel Neues, auch für Einsteiger](#)(29.07.2020)

[Ausbildung zum Berufsmusiker und Musikpädagogen](#)(20.07.2020)

[Eine Initiative für die Stars von morgen](#)(17.07.2020)

[Auf Herz und Bauch hören](#)(16.07.2020)

[Streaming-Konzerte aus dem MusikZentrum](#)(15.07.2020)

© Copyright:

Die Texte und die Fotos in diesem Artikel sind urheberrechtlich geschützt. Weitere Infos + Nutzungsbedingungen im [Impressum](#)