



..... Neue Akteure auf der Classic Rock Bühne: Radio Haze Ardian Bujupi tritt mit der Kunstfigur I

zur aktuellen ausgabe... artikel reviews news konzerte archiv links

ARTIKEL

25 Jahre BSC - eine lange Zeit im schnelllebigen Musikbusiness

Seit 25 Jahren gehört das Label BSC zur deutschen und internationalen Medienlandschaft. Heutzutage ein nicht alltägliches Jubiläum bei einem unabhängigen Label. Und seit es musik an sich gibt (immerhin auch schon fast 15 Jahre), hat die Redaktion die Veröffentlichungen aus dem Hause BSC und seinen verschiedenen Label, wie Prudence, MundArt, Focus, R'n'D oder Bavaria Sonor immer wieder begleitet und für unsere Leserschaft rezensiert. Auch ich habe viele tolle Alben von dort gehört und rezensiert. Daher freue ich mich sehr darüber, dass ich nicht nur mit Christoph Bühring-Uhle, einem der Macher des Labels, über 25 Jahre BSC sprechen kann, sondern dass BSC / Prudence fast gleichzeitig mit seinem Jubiläum meine neue CD *Faces / Gesichter* veröffentlichen wird. Doch nun zum Interview.

Hallo Christoph, erst einmal Gratulation zu 25 Jahren BSC Music. Eine lange Zeit im schnelllebigen Musikbusiness.

Vielen Dank! 25 Jahre sind tatsächlich eine lange Zeit, wobei ich natürlich selbst schon seit 1968 Musik mache und in verschiedenen Bereichen der Musik tätig war, ob nun als Musikstudent, Musiker, Schallplattenverkäufer, DJ, Außendienstler, Labelmanager, Vertriebsleiter, Marketingchef, Musikredakteur oder auch Verlagsleiter.

Du hast ja früher selbst Musik gemacht und unter anderem bei den Elektronik-Pionieren Cluster gespielt. Was waren die Gründe dafür, mit der aktiven Musik aufzuhören?



Calling Card (1972)

Ich habe nie richtig aufgehört, aktiv Musik zu machen, im Moment musiziere ich für mich ohne Druck, etwas aufnehmen zu müssen oder zu veröffentlichen. Nach der sehr intensiven Zeit, in drei Bands gleichzeitig zu spielen, fand ich es sehr spannend, das Musikgeschäft von innen kennenzulernen. Bei Polygram hat man sich sehr um mich bemüht und ich konnte dort alle Positionen vom Außendienst über Labelmanagement bis hin zur Marketingabteilung durchlaufen und wenn meine Freunde Sven und Jörg nicht WOM gegründet hätten, eine Idee, die wir schon seit Jahren verfolgten, wäre ich vielleicht bei der Polygram und damit in Hamburg zw. später in Berlin geblieben

Zunächst hast Du ja dann 1983 die Plattenkette WOM (World-Of-Music) mitbegründet, hast dort aber schon 5 Jahre später wieder aufgehört und schließlich BSC Music gegründet. Warst Du mit der expandierenden Richtung die WOM einschlug nicht einverstanden oder hat es Dich einfach in den Finger gejuckt, etwas neues, ganz eigenes auf die Beine zu stellen?

WOM war ein ganz wunderbare Zeit und wir haben in den ersten Jahren unglaublichen Spaß gehabt, da wir im Grunde genommen mit all unseren Freunden, die Lust hatten, einen Plattenladen nach ihren Ideen zu entwickeln, zusammengearbeitet haben. Expansion war da natürlich vorprogrammiert, denn wir kannten Gleichgesinnte in Hamburg, Köln, Berlin, Frankfurt und Nürnberg und da war es nur logisch, dort WOM Filialen zu eröffnen. Diese Filialen boten uns auch neue Möglichkeiten und wir konnten uns auch den Wunsch nach einem WOM-Label erfüllen, denn die Startauflage einer LP konnten wir mit damals zehn Filialen ohne Probleme an die Kunden verkaufen, da auch viele Journalisten und Musikredakteure in den einzelnen Städten oft zu WOM kamen, haben sie natürlich auch diese Alben entdeckt. Viele WOM Kunden waren Musiker oder kannten gute Musiker und so kamen viele Demos aus verschiedensten Musikrichtungen zu uns und wenn dem Team die Musik gefiel, dann haben wir uns darum bemüht, die Musik zu lizenzieren und auf dem WOM Label zu veröffentlichen. Später kam dann ja auch noch das WOM-Journal (Größte Musikzeitung jener Tage) auf den Markt und so waren wir ganz gut aufgestellt, unsere Musik zu verbreiten. In diesem Bereich hätte ich auch gerne weitergemacht, denn nach meiner Meinung hatten wir genug WOM-Läden und es war schwer, neue Läden zu eröffnen, denn in den Städten, die in Frage kamen, kannten wir zu wenig Leute, die die WOM-Philosophie mittragen konnten, aber leider hat sich im WOM Headquarter die Idee der Expansion mehr durchgesetzt und da ich ahnte, dass das nicht gutgehen konnte, habe ich sozusagen den WOM Musikverlag und die Produktion übernommen und als BSC Music weitergemacht.

Wie war so der Anfang? Warst Du zunächst ganz alleine verantwortlich?

Ja, am Anfang war das natürlich sehr merkwürdig, denn WOM hatte inzwischen 400 Mitarbeiter und von einem Tag auf den anderen saß ich mehr oder weniger alleine bei mir in der Wohnung, hatte mir ein Fax und einen MAC (Der hieß damals noch Apple II) zugelegt und zusammen mit meinem Freund Christian (Damals WOM-Journal Chefredakteur und später Chefredakteur Musik Express) haben wir die bestehenden WOM-Produktionen auf unsere neuen Labels verteilt und veröffentlicht. In Hamburg gründete sich gerade der erste Independent Vertrieb (IMC), der unsere LPs und CDs von nun an vertrieb. Schnell merkten wir, dass wir noch Hilfe für Promotion und Booking benötigten und innerhalb eines halben Jahres war aus meiner Wohnung das BSC Music Büro geworden und wir konnten dann aber das ganze Haus mieten, so dass ich auch wieder einen eigenen Schlafplatz hatte.

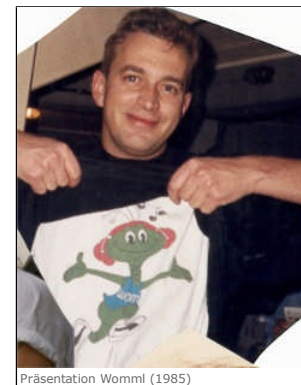
Wie viele Mitarbeiter hat BSC momentan?

Wir haben in den 90er Jahren um die 10 Mitarbeiter gehabt und nachdem das Haus dann auch schon fast aus allen Nähten platze und die neuen Kommunikationsebenen schon sehr ausgereift waren, blieb ein fester Stamm von drei Mitarbeitern im Büro und alle anderen konnten von zu Hause aus arbeiten. Einmal die Woche trafen wir uns zum Gedankenaustausch. Das war eine sehr kreative Zeit, denn wir fingen damals schon an, ein großes



Info

Gesprächspartner: Christoph Bühring-Uhle
Zeit: 28.02.2014
Interview: E-Mail
Stil: Labelportrait
Internet: <http://www.bscmusic.com/>



Präsentation Wommi (1985)

Netzwerk aufzubauen, das auch andere Bereiche aus Kunst und Kultur einschloss, so entstanden die ersten "Klang & Malerei" - Konzerte im Münchner Gasteig oder später auch der "Wahre Grand Prix", den wir zweimal als große Show fürs ZDF produzierten. Zu der Zeit hatten wir ca. 50 freie Mitarbeiter. Heutzutage sind wir immer noch zu dritt und je nach Arbeitsaufwand und Idee kommen Leute aus dem Netzwerk dazu und auch wir sind hin und wieder bei Projekten anderer Netzwerker mit von der Partie.

Was bedeutet eigentlich BSC?

Ursprünglich sind das die Initialen der ersten drei Gesellschafter. Als ich dann die Firma als GmbH eintragen lassen wollte, sprang "C" ab und Christian und ich waren die ersten Gesellschafter und machten dann daraus "Bühring-Uhle/Stolberg Company", als wir kurz vor unserem ersten Charteintritt waren stand das BSC für "Bald Schon Charts" und heute bedeutet es "Beautiful Sound Company".

Wie sehr hat es geholfen, gleich zu Beginn mit 'Cusco' und 'Inker & Hamilton' (tolles Duo, eine meiner ersten Platten war The Mind And The Body) größere Erfolge zu erzielen?



Cusco

Das war natürlich großartig, denn Cusco war in der Zeit bereits ein etablierter Act in Japan und den USA mit mehr als einer Millionen verkaufter Alben und damit haben wir eben auch schnell Fuß in den USA für die anderen neuen Acts wie Blonker, Bernward Koch, Michael Rother, Ginkgo Garden und Potsch Potschka gefasst, die großartige Verkäufe in den USA erzielten. So haben wir dann auch unseren Partner "Sequoia Records" kennengelernt, deren Musik wir in Europa vermarkten, u.a. die Chartalben von David & Steve Gordon (z.B. Sacred Earth Drums)

Mit diesen Einnahmen konnten wir dann die Newcomeralben von Arts & Decay, The Major, The Run, Heinrich Beats The Drum u.s.w. finanzieren, was dazu geführt hat, dass Rupert Hine (Produzent von u.a. Bob Geldorf, Tina Turner, Saga, Chris de Burgh, Thinkman, The Fixx etc.) auf uns aufmerksam wurde, da ihm die Alben gefielen und er sein letztes Album "The Deep Ende" bei uns veröffentlichte und auch dafür sorgte, dass die Best

Of-Compilation von "The Fixx" auf unserem Label veröffentlicht werden konnte. Damit hatten wir dann sehr guten Zugang zum englischen Markt. Und mit "Inker & Hamilton" kamen wir über die Chartplatzierung in Benelux und Frankreich zu diesen Märkten. Zu erwähnen wäre dann auch noch "Carry & Ron", die in Südkorea den Durchbruch schafften und lange Zeit Platz 1 der Billboard Asia Charts mit ihrer Doppelplatin-CD belegten und wir damit neben Japan (durch Cusco) in den wichtigsten asiatischen Märkten dabei waren.

Anfangs hat sich BSC ja vor allem mit der sogenannten 'New Age' Musik einen Namen gemacht. Nach und nach kamen aber auch andere Stilrichtungen hinzu, so dass es mittlerweile verschiedene Schwerpunkttitel wie das Original Prudence, Focus, R'n'D, Bavaria Sonor oder MundArt gibt. Wie wichtig ist es, die unterschiedlichen Stilarten mit verschiedenen Labels zu präsentieren?

New Age oder auch Chill Out ist heute noch unser Schwerpunkt und international das erfolgreichste Genre von BSC Music. Da wir alle in Zeiten groß geworden sind, wo wir teilweise nach Labelnamen unsere Platten gekauft haben, man denke nur an Vertigo, Island, Brain oder im Jazz an ECM, CTI, Pablo etc., wollten wir für jedes Genre unser eigenes Label haben. Und da wir nach dem Motto "uns muss die Musik zuerst gefallen" die Tonträger veröffentlichen und wir einen breiten Musikgeschmack haben, reicht die Musikvielfalt von Punk über Soundtracks bis hin zu Pop, Folk, Singer/Songwriter und Jazz. Ich selbst habe ja auch gleichzeitig in einer Elektronik Formation, einer Jazz-Rock-Kapelle und einer Wave-Gruppe gespielt und alles hat Spaß gemacht, wichtig ist für mich, dass die Musik aus dem Bauch kommt und dabei spielt der Stil erstmal keine Rolle.

Mit MundArt hat BSC ein eigenes Label für Musiker, die in bayerischer Mundart spielen. Wie kam es zur Gründung dieses Labels?

Das ist auch so eine Sache, die aus der Vernetzung heraus entstanden ist. Ein Bassist, der früher bei Heinrich Beats The Drum spielte, rief mich vor ca. zehn Jahren an und fragte, ob ich jemanden wüsste, der ihnen vielleicht bei den Texten für eine bayrische Mundart-Band, bei der er inzwischen gelandet ist, wüsste. Mir fiel da gleich spontan Hanns Christian Müller ein, mit dem ich befreundet bin und der ja schon für die Toten Hosen Texte schrieb und u.a. fast bei allen Filmen von Gerhard Polt Regie führte. Ich brachte die beiden zusammen und siehe da, es war eine tolle Zusammenarbeit und mir gefielen die Songs und da es noch keine Plattenfirma gab, habe ich mir gedacht, dass sich das Album auch gut bei uns machen würde. Durch diese Band sind wir dann in Verbindung zur Regensburger MundArt Ageh gekommen, haben uns von Anfang an wunderbar verstanden und zusammen das MundArt-Label gegründet, auf dem inzwischen über 50 Alben erschienen sind.

Ein Bereich sind bei BSC die Wiederveröffentlichungen nicht mehr erhältlicher Alben von Künstlern wie 'Gandalf'. Ist das ein wichtiger Markt?

Na ja, der Markt ist nicht so wichtig, ich denke, es ist wichtig, dass diese Musik nicht vom Markt verschwindet, denn gerade Gandalf hat Musikgeschichte geschrieben und es ist einfach schade, wenn die Musik dann bei einer Plattenfirma im Keller liegt und auf Grund der schlechten Marktlage kein Tonträger mehr gepresst wird. Bei Sony macht es natürlich wenig Sinn, eine CD mit einer Auflage von 500 Stück zu starten, bei uns macht es auch nicht so viel Sinn, aber wenn wir die 500 CD's verkauft bekommen, dann haben wir zumindest kein Minus und insgesamt profitieren dann auch die neuen Veröffentlichungen eines Künstlers davon, wenn der Katalog auch lieferbar ist. Leider nur gibt es kaum noch Geschäfte, die diese CD's dann auch mal für längere Zeit in die Verkaufsregale stellen. Wenn Du durch Deutschlands Plattenläden gehst, wirst Du keinen Laden finden, der von den z.Zt. 25 lieferbaren Gandalf CD's mehr als 5 Stück anbietet. Wahrscheinlich ist das bei den Beatles-CD's auch so, aber die Handelssituation ist ja genau unser Problem. Es gibt ein paar engagierte Leute bei Saturn und im Media Markt, aber die meisten Läden haben überhaupt kein Interesse an der Musik, sie benutzen die Tonträger als Frequenzbringer und dazu taugen halt Gandalf und Co. nicht.



Gandalf (2013)

Es erscheinen nicht mehr alle Veröffentlichungen als CD. Wie viel Raum nehmen die reinen Download-Veröffentlichungen in der Zwischenzeit ein? Gibt es dafür plausible Gründe?

Das wird, wenn der Markt sich weiter so entwickelt, leider auch nicht besser werden, denn wir haben keinen aktiven Tonträgermarkt mehr in Deutschland, man könnte sogar sagen weltweit. Es gibt kleine Ausnahmen in Tschechien oder Frankreich, aber die meisten Tonträgerabteilungen strengen sich gar nicht mehr an, ihren Kunden neue Musik zu empfehlen, im Radio läuft Mainstream, im TV schon lange nichts mehr ausser den selbstgemachten Superstars und den immer gleichen Größen des Musikbusiness. Noch vor fünf Jahren war eine 1000er Startauflage eines guten Albums noch machbar, heute denken viele Labels darüber scharf nach, wieviele CD's sich in diesem Markt noch verkaufen lassen. Bei Bands, die live unterwegs sind, geht es noch, denn die verkaufen bei den Konzerten, wobei es auch immer schwieriger wird, Auftritte in Clubs zu vernünftigen Konditionen auszuhandeln, aber es gibt da noch Alternativen und für kreative Leute geht noch was. Bei den Händlern und den derzeitigen Vertriebsstrukturen müsste halt auch dringend etwas geschehen. Seit Jahren denken Handel und Vertriebe nur in Mengen und Preisen und nicht in Kreativität und Qualität. Im Grunde genommen müssten die Vertriebe die Händler konditionsmäßig belohnen, die sich für die Musik einsetzen, sogenannte Funktionsrabatte. Aber es werden derzeit die Händler mit guten Konditionen überschüttet, die nur die neue Maffay-CD verteilen. Ein kleiner engagierter Laden kann mit diesem Rabatt- und Konditionssystem nicht überleben, denn er kauft die CD zu dem Preis beim Vertrieb, den der große Mitbewerber auf Grund seines hohen Rabatts an den Kunden veräußert. Also sind diese Geschäfte nach und nach eingegangen und nun kann man die CD's manchmal in einem Saturn, Media Markt, Karstadt, Müller Markt oder sonstwo antreffen, wo sich unsere CD's ehrlich gesagt nicht sehr wohl fühlen. Deshalb werden sie wahrscheinlich, wenn sie mal geordert

wurden, nach 6 Wochen wieder zurückgeschickt. Also kein Wunder, wenn neue Alben nur noch als Download veröffentlicht werden, denn die Vertriebe in Deutschland schafften es bei diesem System vielleicht gerade mal 200 CD's an den Handel auszuliefern und nach 6 Wochen davon 150 wieder zurückzunehmen.

Wie schwierig ist es, als recht kleines Label in der heutigen Medienlandschaft zu überleben?



Die Medien sind natürlich das andere Problem für ein Indie-Label, denn erst kommen mal die Major Produkte, dann die Produkte der Firmen, die auch Anzeigen schalten und dann kommen auf 5 freie Rezensionsplätze ca. 300 Veröffentlichungen der Indies. Für einen Redakteur oder Journalisten sind diese Zeiten auch nicht leicht, denn er hat wenig Zeit, die Magazine haben immer geringere Auflagen, gespart wird dann an den Gehältern und teilweise werden Reviews kostenlos verfasst, weil ein Verlag sich keine Journalisten mehr leisten kann/will. Wenn man dazu auch noch Musik veröffentlicht, die nie im TV vorkommt (außer vielleicht mal als Hintergrundmusik einer Dokumentation), für die es zwar Fans in den Radiostationen gibt, die aber auf Grund des Sendeformats nicht passt, dann ist das nicht so leicht. Früher war unsere beste Propaganda die von Mund zu Mund, aber da gab es noch Läden wie WOM, Virgin, Tower, HMV, Govi, Membran, Montanus, Elpi u.s.w., in denen Musikinteressierte beraten wurden und wo für Stammkunden die LP's gleich beim Auspacken reserviert wurden. Und diese Musikfans haben das dann weitergetragen, so sind Platten verkauft worden, die nie im Radio oder TV zu hören waren und die nie irgendwo in einer Zeitung erwähnt wurden. Es gibt viele Möglichkeiten, sich heute im Netz über Musik zu informieren, aber

leider gibt es auch viele Möglichkeiten, im Netz die Musik illegal und kostenlos runterzuladen. Viele denken ja auch, dass You Tube der Heilsbringer sei, aber wenn ein Video dort 100.000 mal angeklickt wurde, liegt das nicht daran, dass das Video so extrem gut ist, sondern von den 100.000 Klicks haben sich ca. 95.000 kostenlos die Audiodatei runtergeladen. You Tube hilft nun wirklich nicht den Künstlern oder Labels, sie bereichern sich an deren Kreativität und Dummheit, Videos mit hauchaufgelösten Audiodateien bei You Tube hochzuladen ohne dafür einen Cent zu verlangen. Die You Tube Seite wird von Tag zu Tag wertvoller und das mit Content, der You Tube geschenkt wird. Und nach dieser Methode laufen leider viele Dinge im world wide web ziemlich schief.

Was ist wichtiger, ein breit gefächertes Angebot oder eher ein 'Spartenangebot'?

Das kann ich nicht beantworten, denn darüber habe ich mir ehrlich gesagt noch keine Gedanken gemacht. Die Veröffentlichungen entstehen bei uns, weil wir die Musik mögen, da fragen wir uns nicht, ob nun ein breit gefächertes Angebot oder ein Spartenangebot besser ist. Ich denke, es gibt Sparten, die für ein Indielabel einfacher sind, zu überleben und bei dem breit gefächertem Angebot kommt man sich natürlich auch hin und wieder mit den Veröffentlichungen eines Majors, die mit einem hohen Marketingbudget ausgestattet sind, ins Gehege und hat dabei leider oft das Nachsehen.

Wie wählt Ihr Eure Künstler aus? Ist das reine Geschmacksache oder spielen da auch kommerzielle Gedanken eine Rolle?

Das wiederum ist ganz einfach zu beantworten: Es ist reine Geschmacksache ohne irgendeinen Blick auf kommerzielle Hintergedanken. Damit sind wir immer gut gefahren und es war mir immer schon wichtig, mich mit dem beschäftigen zu können, was mir Spaß macht. Wenn's keinen Spaß mehr macht, dann höre ich auf und ich bin sehr dankbar, dass ich dazu auch in der Lage bin.

Wie viel Arbeit und wie viel Glück steckt hinter dem Erfolg eines Eurer Künstler und damit auch von BSC?

Wir arbeiten echt viel, und selbst, wenn wir mal alle sechs Jahre in den Urlaub fahren, verbinden wir das mit Treffen von Partnern. Auf der anderen Seite sind die Partner auch gleichzeitig Freunde, so dass die Grenzen zwischen Privat und Geschäftlich fließend sind. Ob es nun Glück ist, wenn die eine CD sich super verkauft und damit finanzieller Erfolg generiert wird, das kann man diskutieren, für mich ist es auch schön zu wissen, dass es hier und da jemanden gibt, der die Musik, die wir veröffentlichen, genauso liebt und schätzt wie wir selbst und sich damit auch beschäftigt und eine Beziehung aufbaut, das ist für mich schon ein Erfolg und eben Glück.



Christoph Bühring-Uhle (2000)

Irgendwelche letzten Worte an unsere Leser?

Ich danke Euch, dass Ihr das bis hierhin gelesen habt. Ich freue mich, dass Ihr Euch auch für Musik abseits des Mainstream interessiert und ich wünsche allen viel Spaß beim Entdecken neuer Musik und Künstler. Und vor allem sagt es weiter, wenn Ihr Musik entdeckt, die Euch Freude macht und es Menschen im Umfeld gibt, denen Ihr eine Freunde machen könnt, indem Ihr sie auf diese Musik hinweist. Geht in die kleinen Musikclubs, dort passiert manchmal Außergewöhnliches, unterstützt die Musiker, in dem Ihr ihnen die CD's abkauft und nicht umsonst irgendwo runterladet, macht Freunde darauf aufmerksam, dass die Musik stirbt, wenn die Musiker, Komponisten und Texter nicht mehr von ihrer Arbeit leben können. Kauft direkt bei den Musikern auf deren Seiten, auch wenn's mal umständlicher ist als bei Amazon. Geht in die Plattenläden und fragt nach CD's, die Ihr dort gerne in den Angebotsfächern sehen würdet. Schreibt Euren Radiosendern und verlangt nach Vielfalt, besonders die öffentlich-rechtlichen Sender sind dazu sogar verpflichtet, kommen dem aber leider mit nur ganz wenigen Ausnahmen nach.

Vielen Dank!

[Ingo Andruschkewitsch](#)

[Zurück zur Artikelübersicht](#)

[Home](#) | [Konzerte](#) | [Archiv](#) | [Artikel](#) | [Reviews](#)
[FAQ](#) | [Impressum](#) | [zur aktuellen Ausgabe](#)