

»Unser Antrieb ist die Leidenschaft, mit der wir arbeiten«

Viele Branchenleute assoziieren die Hamburger Firma Heinrich & De Wall / Artist & Music Management vor allem mit ihrem erfolgreichsten Künstler Roger Cicero. Womit sie sich sonst noch beschäftigen, erläutern die beiden Agenturinhaber Karin Heinrich und Freddie de Wall im Gespräch mit Manfred Gillig-Degrave.

Welche Künstler vertreten Sie aktuell neben Roger Cicero?

Arbeitete schon mit Künstlern wie Elton John, Dire Straits und zehn Jahre lang mit Udo Lindenberg zusammen: Karin Heinrich

Karin Heinrich: Natürlich ist die Zusammenarbeit mit Roger Cicero durch den immensen Erfolg – vier Alben in den Top fünf in Folge, Gold- und Platinauszeichnungen, über 300 Konzerte – sehr präsent. Aber viele kennen uns auch durch die Zusammenarbeit mit Joja Wendt, mit dem ich

sogar schon über zehn Jahre zusammenarbeite. Er ist inzwischen sicherlich die Nummer eins der deutschen Pianisten. Joja ist es gelungen, seinen ganz eigenen Stil zu entwickeln und dem Publikum die Freude am Klavierspielen zu vermitteln. Ein Konzert von Joja Wendt ist ein Erlebnis, sein Spiel beeindruckend, seine Moderation erfrischend amüsant bis lehrreich mit einer großen Portion Interaktion mit dem Publikum.

Freddie de Wall: Seit zwei Jahren arbeiten wir sehr intensiv mit den drei Sopranistinnen von La Tiara, einem Crossoverprojekt, das es so im deutschen Markt bisher nicht gab. Die drei hatten ihren ersten Auftritt vor einiger Zeit bei Carmen Nebel. La Tiara sind inzwischen bei DEAG Music unter Vertrag, die Vorbereitungen für die Veröffentlichung im August laufen. Vor drei Jahren haben wir die damals 13-jährige Emily Fröhling entdeckt, ein Ausnahmetalent mit einer unglaublichen Soulstimme, die Roger als Special Guest auf seine Tournee eingeladen hat. Hier arbeiten wir am ersten Album, sind mit verschiedenen Produzententeams im Prozess, arbeiten im Livebereich mit ihr und ihrer Band. Sehr spannend!

Heinrich: Wir können uns aber gut vorstellen, ein bis zwei weitere Künstler in unser Portfolio aufzunehmen. Dann wäre aber auch Schluss. Denn unser Firmenmotto lautet: Qualität vor Quantität. Deshalb fokussieren wir uns ganz bewusst auf eine limitierte Künstleranzahl.

Was ist derzeit Schwerpunkt Ihrer Arbeit?

Heinrich: Rogers Song „Für nichts auf dieser Welt“ wurde gerade vom DFB zum offiziellen DFB-Fansong für die EM 2012 gewählt. Hier wird ein Riesenrad gedreht; wir haben nicht viel Zeit, arbeiten gemeinsam mit Warner Music und Starwatch an allen Fronten mit großer Begeisterung. Ein Grund mehr, dass Deutschland Europameister werden muss, dann klappt's auch mit dem EM-Hit.
De Wall: Die Sommershows sind in Vorbereitung,



Foto: Lara Huck

und wir bereiten bereits jetzt die Herbstsingel vor. Im Juli geht's für einen Dreh für Arte nach New York, im Oktober wird Roger am Reformationstag in einem TV-Gottesdienst auftreten und mit Margot Käßmann über Spiritualität philosophieren. Außerdem ist ein Kinofilm über Roger und seinen Vater Eugen Cicero im Produktionsprozess.

Heinrich: Ende 2012 startet eine seit langem vorbereitete Kampagne für Joja Wendt. Es ist uns gelungen, den Rowohlt Verlag für Jojas Buchidee zu begeistern. Joja arbeitet gemeinsam mit dem Bestsellerautoren Kester Schlenz an der Umsetzung, das Buch wird Anfang Dezember erscheinen. Natürlich geht es um Musik, und es hat durchaus autobiographische Züge. Im Herbst wird es eine umfangreiche Kooperation mit Klassikradio geben, und nach einer einjährigen Tourneepause geht Joja Wendt 2013 mit neuem Programm auf Tournee in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Und es wird ein neues Album geben.

De Wall: Bei La Tiara arbeiten wir eng zusammen mit DEAG Music für den optimalen Set-up des Albums und der Live-Aktivitäten. Und bei Emily Fröhling steht klassische A&R-Arbeit an erster Stelle.

Beschränkt sich die Arbeit der Firma auf das Künstlermanagement? Oder wo sind Sie sonst noch aktiv

De Wall: Wir sind eine Full-Service-Agentur. Das heißt, die Aufgaben, die sich stellen, sind umfassend und vielschichtig. Wir sind zuständig für A&R, Produktion, Marketing, die strategische Ausrichtung, Kooperationen aller Art, Vertragsgestaltung und Kontrolle über das, was vereinbart wurde. Außerdem haben wir einen eigenständigen Galabereich, den wir gut etablieren konnten.

Heinrich: Die vergangenen Jahre hatten wir einen Beratervertrag für die Ki.Ka-Sendung „Dein Song“, die wir maßgeblich mit aufgebaut haben. Wir haben die Redaktion musikalisch beraten, sämtliche Paten für die jungen Autoren akquiriert, die Jury in Absprache mit der Redaktion besetzt. Joja Wendt hat in allen vier Staffeln als Juror mitgewirkt. Die Finalshow im März war die bisher erfolgreichste mit Paten wie Rolando Villazón und den Guano Apes.

De Wall: Seit Beginn des Jahres bieten wir Geschäftspartnern, die kein klassisches Management suchen, unsere Dienstleistung des Back-office-Managements an. Hierzu zählen unter anderem Büroarbeit, Reisebuchung, Terminkoordination und vorbereitende Buchhaltung. Viele Kreative, ob Musiker, Autor, Schauspieler, Koch oder Philosoph, haben genau auf diese Dinge absolut keine Lust und gönnen sich diese Freiräume. Und wir haben die perfekte Infrastruktur mit unserem Team.

Heinrich: Ein wichtiger Aspekt unserer Arbeit ist die Beratung und auch das Coaching von Künstlern. Wir haben sehr viele Anfragen von jungen Künstlern, die aus den unterschiedlichsten Gründen nicht in unser Managementportfolio passen. Wir bieten Beratungsgespräche an, bereiten sie auf das Business vor. Die Nachfrage wächst im Bereich des Coachings, das ein Schwerpunkt unserer eigenen Fortbildung ist. Viele Kreative suchen nach ihrem eigenen Weg, haben keine klaren Strukturen. Wir finden heraus, was sie wirklich wollen, arbeiten an Fokussierung, stärken ihr Selbstvertrauen. Klassisches Coaching ist inzwischen in vielen Branchen Bestandteil des Firmenangebots.

Heinrich & De Wall gibt es seit 2004 – wie kam es überhaupt zur Gründung?

De Wall: Karin war bereits mit ihrer Firma Karin Heinrich Music Consulting erfolgreich und suchte für zukünftige Herausforderungen einen Geschäftspartner. Ich wollte nach sieben Jahren

»Die Nachfrage wächst im Bereich des Coaching, das ein Schwerpunkt unserer eigenen Fortbildung ist«

Sammelte Major-Erfahrung im Ausland, bevor er bei Heinrich & De Wall einstieg: Freddie de Wall



Foto: Lara Huck



Foto: Lara Huck

Findet Freddie's Humor einzigartig: Karin Heinrich

»Wir fighten noch für unsere Künstler, sind keine Freunde von faulen Kompromissen«

in London als Vice President Marketing Europe für BMG International und nach der Zeit in Dänemark als Managing Director von BMG und Edel zurück nach Deutschland und eine Managementfirma gründen. Wir hatten früher schon mal zusammengearbeitet, trafen uns auf der Popkomm in Köln – zwei Tage später stand die Entscheidung.

Wie lautet Ihr Credo?

Heinrich: Das Wichtigste ist der Glaube an die gemeinsame Sache, Vertrauen, größtmögliche Transparenz, Loyalität, Leidenschaft. Wir fighten noch für unsere Künstler, sind keine Freunde von faulen Kompromissen.

Wie hat sich Ihre Arbeit in den vergangenen zehn, fünfzehn Jahren verändert? Was ist schwieriger geworden, was einfacher?

Heinrich: Heinrich & De Wall gibt es in dieser Form erst seit 2004. Vorarbeit und Vorbereitung sind wesentlich zeit- und kostenintensiver geworden. Geht es um neue Deals, muss man den Plattenfirmen zuarbeiten, strategisch denken, Umfelderschaffen und mit klaren Konzepten punkten. Nichts ist einfacher geworden, vieles vielschichtiger. Wir hatten ja das Glück, mit Roger Cicero den ersten Albumdeal bei Starwatch zu bekommen – hier wurde noch Pionierarbeit geleistet, das Zusammenspiel von TV-Vermarktung und dem Marketingapparat von Warner Music klappte hervorragend. Heute gehört zu einer langfristig ausgelegten, nachhaltigen Künstlerkarriere sehr viel mehr. Das Internet ist Fluch und Segen zugleich. Es ist eine fantastische Kommunikations- und Vermarktungsplattform, andererseits können die illegalen Downloads Existenzen bedrohen, führen zu erheblichen Umsatzeinbußen. Wussten Sie, dass es noch im Dezember einen parlamentarischen Abend in Berlin gab, der geladenen Gästen aus der Politik verdeutlichen sollte, dass man Musik legal downloaden kann? Hier muss viel mehr Bewegung rein, und das Urheberrecht muss die Kreativen mit allen Mitteln schützen.

Worauf kommt es Ihnen in der Zusammenarbeit mit einem Künstler besonders an?

De Wall: Auf langfristiges Denken, gemeinsame klar definierte Ziele, Vertrauen und Loyalität. Wir arbeiten mit vollem Einsatz und erwarten auch Respekt für unsere Leistung. Das funktioniert, sonst würden wir ja nicht schon über viele Jahre mit Joja Wendt und Roger Cicero arbeiten.

Wann lehnen Sie eine Zusammenarbeit ab?

De Wall: Wenn wir nicht hundertprozentig von der

Entwicklungsfähigkeit, dem Talent und der Einstellung zu grundlegendem Fairplay überzeugt sind. Mancher Künstler entpuppt sich schon mal als beratungsresistent.

Wie wichtig ist es für jemanden in Ihrer Position, in der Branche gut vernetzt zu sein?

Heinrich: Das ist in jeder Branche sicher von entscheidender Bedeutung. Gute Kontakte sind Teil unseres Kapitals – auch ein Grund, weshalb ich gemeinsam mit Wolfgang Weyand und anderen Managern vor zehn Jahren den IMUC (Interessenverband der Musikmanager und Consultants) gegründet habe. Damals gab es so gut wie keine Lobby, heute sind wir Repräsentant des internationalen Künstlermanagerverbands IMMF, bestens vernetzt, hervorragend besetzt mit klaren Positionen. Die Künstlermanager nehmen eine immer wichtigere Funktion in unserer Branche ein und sind in allen Wertschöpfungsstufen gefordert, da hilft uns eine partnerschaftliche Vernetzung sehr.

Was haben Sie sich für die Zukunft vorgenommen? Womit dürfen wir in diesem Jahr noch rechnen?

De Wall: In diesem Jahr wollen wir die Platinmarke mit Roger Cicero erneut erreichen und seinen inhaltlichen Richtungswechsel manifestieren; wir wollen die Joja-Wendt-Tournee 2013 optimal vorbereiten und mit La Tiara einen erfolgreichen Start hinlegen. Ziel ist es, auch internationale Veröffentlichungen zu erreichen. Roger hat gerade zwölf Songs auf Englisch eingesungen – mit klasse Texten, die den englischen Humor matchen. Das bisherige Feedback von unseren internationalen Partnern ist durchweg positiv, wir starten gerade mit Benelux und Skandinavien. Langfristig wollen wir noch einmal eine Marktnische mit einem Künstler gemeinsam erfolgreich besetzen sowie eigene TV-Formate entwickeln und platzieren.

Mit welchem Künstler möchten Sie gern mal zusammenarbeiten?

Heinrich: Mit einem Talent aus einer Castingshow, das muss nicht der Sieger sein. Ihm mit entsprechenden Partnern zu einer nachhaltigen Karriere zu verhelfen – das geht, davon sind wir überzeugt. Man muss es nur richtig machen. Aber eigentlich ist ja unser Ziel, sich den Markt anzuschauen, gezielt Nischen zu suchen und dann Crossover zu gehen. Das war bei Matthias Reim damals so, bei Rosenstolz, Andrea Bocelli und auch André Rieu.

De Wall: Die Jungs von Kraftklub finde ich richtig gut. Ich bin begeistert von deren Energie. Aber die sind ja in guten Händen ...



Foto: Lara Huck

Fühlt sich in Hamburg gut aufgehoben: Freddie de Wall