

Klassiker mit Durchblick

Pott Architects gestalteten das neue Domizil der Deutschen Grammophon

■ VON SABINE GUNDLACH

Das Gelb ist kräftig wie ein Paukenschlag. Die zum Markenzeichen avancierte Farbe der Deutschen Grammophon kleidet die kleine Wendeltreppe. Sie führt vom eher unspektakulär gestalteten Foyer im Erdgeschoss des Universal-Gebäudes an der Spree zu der modernen neuen Zentrale des traditionsreichen Klassik-Labels. Gleich im ersten Stock des Domizils von Mutterkonzern Universal Music Deutschland am Osthafen hat das weltweit erfolgreichste Label für Klassikmusik kürzlich seinen neuen Sitz bezogen. Die nach eigenen Angaben „Global Player“ agieren jetzt mittenmang im kreativen Umfeld des Mediaspree genannten Areal in Friedrichshain. Dort sind, wie es offiziell heißt, „etwa 45 Mitarbeiter“ der Deutschen Grammophon beschäftigt. Das „etwa“ irritiert. Genaue Zahlen will man auch auf mehrfachen Nachfragen nicht mitteilen. Offenbar ist das ein heikles Thema. Der Umzug von Hamburg nach Berlin passt scheinbar nicht ganz zu der Harmonie, die die Musik der Deutschen Grammophon prägt.

Dabei hatte das weltweit agierende Unternehmen in seiner mehr als hundertjährigen Geschichte bereits von 1900 bis 1956 schon einmal seinen Sitz in Berlin, bevor es dann in den vergangenen 55 Jahren in Hamburg verortet war. Auch dort, ähnlich wie jetzt in Berlin, zuletzt in Hafennähe am Baumwall.

„Mit dem Umzug nach Berlin schaffen wir die organisatorischen Voraussetzungen für eine noch engere Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens und sichern damit den zukünftigen Erfolg des größten, traditionsreichsten und renommiertesten Klassik-Labels der Welt“, begründet Frank Briegmann den Standortwechsel an die Spree. Der Präsident der Universal Music Deutschland, Österreich, Schweiz und Deutsche Grammophon bemüht große Worte: Er schätzt die Hauptstadt als



Tradition und Moderne Gegeneinander verschobene Wände und die Markenfarbe Gelb kennzeichnen den Empfangsbereich der neuen Zentrale des Klassik-Labels deutsche Grammophon. Hier wird an große Namen des Musikgeschäfts erinnert

RETO KLAR

„offene Weltmetropole und als ein Kreativzentrum von globaler Bedeutung“. Das gelte nicht zuletzt für die Musik und ganz besonders für die Klassik, betont Briegmann. Der 44-Jährige schwärmt geradezu von der Schlagkraft der hiesigen Klassikszene – „zehn renommierte Orchester, zwei große Konzerthäuser, vier Opernhäuser, etwa 1000 Orchestermusiker, hundert klassische Ensembles und 880 Chöre beweisen, wie groß und lebendig diese Szene in der Hauptstadt ist“.

Beste Bedingungen für die Arbeit des Klassiklabels, wie Briegmann meint. „Hier startet die weltweite Suche nach immer wieder neuen und innovativen Künstlern, hier sitzen die verantwortlichen Manager für Artists & Repertoire und hier werden Vermarktungsstrategien entworfen“, fasst Briegmann die wesentlichen Arbeitsbereiche des Unternehmens zusammen.

Musik-Management mit Blick auf die Spree. Diese Aussicht genießen zumindest die meisten Mitarbeiter. Selbst viele, deren Büros an der Seite zur Straße Stralauer Allee liegen. Die Designer der neuen

Firmenzentrale, das renommierte Berliner Büro Pott Architects, realisierten modernen Durchblick. „Wir haben die Etage offen und durchlässig konzipiert, indem wir für die Trennwände der Büros zu den Mittelfluren beispielsweise Glas wählten“, sagt Carsten Czaja, Projektleiter im Team von Ingo Pott. Farbliche Akzente setzen das Gelb in der zentralen Kommunikationszone im Eingangsbereich und das Rot im Konferenz- und Servicebereich. Ansonsten dominiert Grau. „Die Büros selbst haben wir eher nüchtern gehalten. Hier sind die Menschen die Farbe, nicht die Wände“, begründet Carsten Czaja die Farbwahl. Der Architekt weist auch auf „einen ganz wichtigen Teil der Gestaltung hin, das Spiel mit verschobenen Wänden“. Auf ihnen werden die mehr als 100-jährige Geschichte des Traditionsunternehmens und ihre Künstler gewürdigt. Originalpartituren, historische wie aktuelle Fotos und Auszeichnungen sollen die Historie der Deutschen Grammophon für Mitarbeiter und Gäste erlebbar machen. Bereits vor dem Entrée zu der 1500 Quadratmeter großen Unternehmenszentrale

erinnert ein riesiges Foto an den Star-Dirigenten Herbert von Karajan. Der 1989 verstorbene Maestro ist nur einer der Großen der Branche, die die Deutsche Grammophon veröffentlicht und in ihrem Eingangsbereich auch würdigt. Auch andere Dirigenten wie Claudio Abbado, Solisten wie Anne-Sophie Mutter oder Daniel Barenboim – die Liste mit Künstlern der Deutschen Grammophon ist lang und reicht weit zurück. So wurde bereits im Jahr 1902 eine erste Aufnahme des weltbekannten Tenors Enrico Caruso veröffentlicht.

Mit etwa 60 Millionen Jahresumsatz, davon ein Großteil in den USA, Japan und Frankreich, gilt das Unternehmen derzeit als Marktführer. Laut Briegmann soll die Firma auch in Berlin unabhängig bleiben.

Berlin ziehe Künstler und Kreative aus der ganzen Welt an, sagt der Präsident. Diese schöpferisch produktive, internationale Atmosphäre sei das ideale Umfeld, um Trends und neue kreative Strömungen zu erkennen, etablierte Musiker zeitgemäß zu beraten und junge Talente möglichst früh zu entdecken und zu fördern.