

Man braucht  
Freiheit,  
um Neues zu  
wagen



Was haben sich ein Visionär der neuen elektronischen Musik und einer der erfolgreichsten deutschen Unternehmensgründer zu erzählen? **Michael Reinboth**, Gründer des legendären Labels Compost Records, und **Jan Beckers**, CEO der HitFox Group, teilen auf jeden Fall die Liebe zur Musik, mit der alles begann: Reinboth wurde in Hannover zum DJ, Beckers in Münster zum Eventmanager und bald darauf zum Shootingstar unter den Berliner Internetunternehmern. Hier sprechen sie über alles, was sie verbindet: die Mischung aus Regelwerk und Improvisation, wie sie der Jazz hervorgebracht hat, die Rolle von Inkubatoren und Plattenlabels, die Widerstandskraft der analogen Medien und die Zukunftschancen der digitalen.



Fotos Sigrid Reinichs

**J**an Beckers: Für einen DJ, Musiker und Produzenten wie dich ist die Partywelt essenziell. So hat es bei mir auch mal angefangen! Ich startete mit einer Online-Plattform, aber das Ziel waren eigene Partyreihen. Wie ging es denn bei dir los?

**Michael Reinboth:** Ich habe 1980 in Hannover aufgelegt, dann in München. Im berühmten P1 war ich Resident DJ. Meine Hauptveranstaltung, jeden Freitag, hieß „Into Somethin'“. Dann kam mir die Idee, ein Label zu gründen. Diversifizierung ist wichtig, Mut zum Experiment. House, Techno, Drum & Bass, Hip-Hop, NuJazz: Wir haben alle Styles der 90er- und 2000er-Jahre mitgemacht und unser musikalisches Programm immer erneuert.

**Beckers:** Hätte dir die Musik nicht gefallen, die du gespielt hast, hättest du sie nicht vermarkten können. Man muss als Unternehmer hinter seinem Produkt stehen.

**Reinboth:** Auf jeden Fall. Bei mir waren es das Label und die Veranstaltungen: auflegen und dabei sein, den direkten Draht zu den Leuten haben. So haben wir auch Produzenten kennengelernt. Wie lange braucht ein Start-up heute, um sich ein Standing zu erobern?

**Beckers:** Standing hat, wer kontinuierlich liefert. Auch bei uns reicht es nicht, einen One-Hit-Wonder zu landen. HitFox ist jetzt vier Jahre alt. Wir haben als Start-up angefangen und über die Zeit bewiesen, dass wir gut darin sind, Unternehmen aufzubauen. Heute gehören 15 Tochterunternehmen zu der Gruppe, die Advertising machen, Big Data, FinTech. Wir bauen gerade die Banken und Versicherungen der Zukunft auf. Wir können uns noch ganz andere Bereiche vorstellen, solange wir sehen, dass wir als kreative Kraft gebraucht werden. Wo findet gerade ein Wandel statt, den etablierte Organisationen nicht wittern oder auf den sie zu langsam reagieren? Es werden noch viele Felder hinzukommen, auf denen wir unsere Digitalkompetenz und unsere Datenkompetenz beweisen können.

**Reinboth:** Bei uns kam der Sprung mit der Gründung des Labels Compost Records. Inzwischen haben wir sieben oder acht Sub-Labels mit unterschiedlicher Musik. Ich bin stolz darauf, dass wir seit 20 Jahren dieses Label machen. Viele andere sind durch die illegalen Downloads untergegangen.

**Beckers:** Jetzt geht es langsam wieder aufwärts, oder?

**Reinboth:** Ja, aber Musik ist ein schnelllebiges Medium, in dem man sich alle paar Monate

erneuern muss. Das läuft auch wieder über die gute alte Schallplatte. Manches gibt es sogar ausschließlich als Vinyl. Und die kosten in limitierter Auflage 80, 90 oder 120 Euro das Stück.

**Beckers:** Und wie viele verkauft man davon?

**Reinboth:** Um die 500. Früher haben wir 5000 bis 12000 Maxis verkauft, dann brach das Geschäft ein. Jetzt sind wir beim Streaming angelangt. Die Umsätze sind katastrophal. Aber wenn man ein paar Künstler hat, die erfolgreich bei Streaming-Portalen sind, geht es. Heute machen Downloads schon 40 Prozent unseres Umsatzes aus, die Hälfte davon als Stream.

**Beckers:** Empfindest du dich eher als Musiker oder als Unternehmer?

**Reinboth:** Ich weigere mich, alle unsere Projekte kaufmännisch durchzuplanen. Dafür habe ich einen sehr guten Mitarbeiter.

**Beckers:** Da bin ich anders. Ich bin Unternehmer durch und durch. Wirtschaft hat mich schon sehr früh interessiert. Mit 15 habe ich meine Eltern dazu überredet, meine Führerscheinersparnisse in Electronic Arts zu investieren. Mit 20 Jahren habe ich meine erste Firma gegründet und mit 22 das erste digitale Unternehmen. Im Internet wachsen Unternehmen einfach schneller. Man erreicht große Zielgruppen und hat mehr Impact. Deswegen bin ich heute noch gern Internetunternehmer. Bisher waren alle Firmen, die ich aufgebaut habe, auch schnell und erfolgreich.

**Reinboth:** Davor habe ich großen Respekt. So einen wie dich hätte ich in meiner Firma gebrauchen können! Wahrscheinlich wollen viele junge Leute zu euch?

**Beckers:** Ja, wir bekommen etwa 1200 Bewerbungen im Monat und können uns die besten 20 herausfiltern. Smart sind sie eigentlich alle,

### Michael Reinboth

Michael Reinboth, Jahrgang 1959, ist Geschäftsführer des Münchner Musiklabels Compost Records, einer der angesehensten Plattenfirmen für neue elektronische Musik in Europa. Nach der Schulzeit in Hannover gründete Reinboth dort sein erstes Musikmagazin und arbeitete daneben als DJ. Da er die Musik selbst mitbringen musste, konnte er den Stil der Clubnächte nach eigenen Vorstellungen prägen. Nachdem er für das Studium des Journalismus nach München umgezogen war, begann Reinboth, in den bekanntesten Clubs der Stadt aufzulegen, und machte sich als Resident-DJ durch seinen innovativen Stilmix einen Namen – von Garage-House über Hip-Hop bis zu Techno, Rare Groove und Black Music. Legendär wurden Reinboths „Into Somethin“-Nächte. Im Oktober 1994 gründete er das Label Compost Records, das mit der Serie „Future Sounds of Jazz“ (Vol. 1 bis 11) den Grundstein für erfolgreiche Kompilationen elektronischer Musik legte. Im Mai 2015 feierte Compost Records sein 20-jähriges Bestehen und brachte die 500. Platte heraus.

### Jan Beckers

Jan Beckers, geboren 1983 in Münster, ist CEO der in Berlin ansässigen HitFox Group und nennt das Firmengründen seine Leidenschaft. Schon als BWL-Studienanfänger gründete er eine Eventagentur, die mehr als 100 Veranstaltungen mit bis zu 5000 Gästen organisierte, und vor Abschluss der Diplomarbeit rief er eine Jobbörse ins Leben. Die 2011 gegründete HitFox Group wuchs 2013 um 600 Prozent und erzielte einen Gewinn von 15 Millionen Euro. Das brachte Beckers die Auszeichnung zum „Entrepreneur Of The Year“ in der Sparte Start-up ein. Jedes Jahr werden mehrere Tochterunternehmen gegründet und binnen Kurzem avancieren Mitarbeiter zu Unternehmern. Der ursprüngliche Kernbereich, die Akquise von Qualitätsnutzern für Online-Spiele, hat sich um die Sparten Big Data und Finanztechnologie erweitert. Inzwischen beschäftigt HitFox mehr als 450 Mitarbeiter, hat den Aufbau von Start-ups perfektioniert und ist über den Berliner Stammsitz hinaus auch in San Francisco, Seoul, Peking Neu-Delhi und Tokio vertreten.

die bei uns zum Vorstellungsgespräch antreten. Doch wir müssen das Gefühl haben: Der ist so neugierig und so ehrgeizig wie wir.

**Reinboth:** Auch wir nehmen nur Künstler unter Vertrag, von denen wir glauben, dass sie eine Vision haben. Denn wenn du mit Musik wirklich viel Geld verdienen willst, dann ist es besser, du machst irgendeinen kommerziellen Mist. Nein, das Echte braucht Leidenschaft.

**Beckers:** Wie entsteht denn Neues in deinem Bereich? Ich denke da an den Jazz mit seiner Mischung aus Regeln und Improvisation.

**Reinboth:** Manche Künstler sagen: Der Jazz ist die Mutter, von der man am meisten lernen kann. Er stand auch bei unserem Label Pate. Jazz hat ein starkes Image, das uns heute noch nützt. Das andere ist die Freiheit der Improvisation. Alte Elemente werden mit neuen Beats angereichert, man setzt sich über die klassische Songstruktur hinweg. Heute braucht man dafür keine Combo mehr. Du kannst im Bedroom-Studio einen richtig krassen Jazz produzieren – „Eremitenjazz“ nenne ich das.

**Beckers:** Die Mischung aus Freiheit und Regeln sehe ich bei den Innovationen des Unternehmers auch. Es bedarf einer gewissen Freiheit, Neues zu wagen. Wenn man viele Leute hat, funktioniert das nur mit kulturellen Regeln. Geglückte Innovation ist meistens eine Mischung. Man hat die Regeln verstanden, bricht sie aber um einer technischen Neuerung willen, die es einem ermöglicht, das alte Geschäftsmodell besser und zielgruppengerechter zu definieren. Doch Innovation ist nicht gleich Erfolg. Als wir HitFox gestartet haben, hat das erste Geschäftsmodell nicht funktioniert. Sind wir deswegen gescheitert? Nein. Wir haben das Geschäftsmodell gedreht und neu definiert.

**Reinboth:** Wie wichtig ist dabei Geschwindigkeit?



**Beckers:** Extrem wichtig. Wenn du ein modernes Digitalunternehmen aufbaust und nicht schnell bist, kannst du einpacken. Wir bewegen uns ja auf globalen Märkten. Die HitFox Group macht nur noch 15 Prozent ihres Umsatzes in Deutschland. Wir konkurrieren mit dem Silicon Valley und mit Asien. Das ist eine Branche, in der man sich nicht lange ausruhen darf. Wir arbeiten für viele der mehr als 500 Spielefirmen weltweit, die ihre Spiele über uns in Hunderte Länder vertreiben.

**Reinboth:** Auch unser Material ist im letzten Winkel der Erde verfügbar. Wenn wir morgen etwas bei iTunes hochladen, erreichen wir auch den DJ in Madagaskar. Aber wir müssen unsere Stammkundschaft halten und gleichzeitig junges Publikum erreichen.

**Beckers:** Besteht in der Musik nicht die Gefahr, aus aktuellen Trends herauszuwachsen und von den Jugendlichen vergessen zu werden?

**Reinboth:** So empfinde ich es nicht. Wichtig ist, dass deine Passion den Zeitgeist erfasst. Einen Tag in der Woche setze ich mich hin, höre neue Sachen an und frage mich: Wer ist gerade angesagt?

**Beckers:** Das ist bestimmt dein Lieblingsarbeitstag.

**Reinboth:** Ja. Heute muss ich ihn mir erkämpfen, weil die Verwaltung mir die Zeit stiehlt. Das Management liegt bei einem Label bei 80 Prozent.

**Beckers:** Wer ist unter deutschen Musikern eigentlich der smarteste Unternehmer?

**Reinboth:** Grönemeyer ist ganz gut. Er hat mit Grönland sein eigenes Label. Oder Dixon mit Innervisions. Es gibt vielleicht noch zehn bis 15 Labels wie Compost. Um eine Label-Plattform in allen Formaten zu haben – Streaming, CD, Vinyl, Künstler-Signings inklusive Management – dazu braucht man viel Erfahrung. Und Musiker, die eine Vision haben. Viele unserer Künstler waren von Anfang an dabei.

**Beckers:** Wie wird eigentlich in der Musikbranche gezahlt?

**Reinboth:** Die Gehälter sind niedrig. Und es gibt kaum Aufstiegsmöglichkeiten. Immerhin beteilige ich meine Leute. Das erhöht Motivation und Engagement. Meine Künstler sind Ambassadors oder Artist Repertoire Scouts in der Welt.

**Beckers:** Die Musikindustrie lebt davon, dass sie den nächsten Hit findet.

## „Situatives Scheitern akzeptiere ich, Scheitern auf der ganzen Linie nicht.“

Jan Beckers

**Reinboth:** Ja, aber die Vertriebswege sind klassisch. Vinyl ist stark im Kommen, analoge Medien werden wieder stärker. Das ist bei euch anders.

**Beckers:** Ja, die Digitalisierung verändert alles. Wir leben nicht nur von diesem Wandel, wir gestalten ihn.

**Reinboth:** Das unterscheidet Daten von Kunst. Nimm ein Künstleralbum: Das ist eine Konzeption, ein Statement. Wenn es nicht gut angekommen ist, kannst du es durch ein Remix-Album nicht besser machen. Du kannst dem Künstler nur sagen: Komm, reiß dich zusammen. Setz dich noch einmal hin. Nimm dir zwei Jahre Zeit und mach es besser. Ein Album ist nicht reversibel.

**Beckers:** Ein Trend in der Digitalisierung ist künstliche, selbstlernende Intelligenz: Computerprogramme, die sich selbst neue Tätigkeiten beibringen. Dazu wird bald auch das Komponieren von Musik gehören. Wann wird es so weit sein, dass der Computer nicht nur besser Schach spielt, sondern auch die bessere Musik komponiert?

**Reinboth:** So arbeiten ja schon die Hit-Produzenten, die für die Major-Industrie Musik entwickeln. Du kannst einen Parameter einstellen, und dann spuckt dir die Software etwas aus. Das ist Reißbrettmusik, schrecklich! Im Vorführbereich läuft das anders. Wir mieten Studios und buchen Musiker. Da geht nichts ohne echte Entwicklung.

**Beckers:** Was sind die glücklichsten Momente deiner Arbeit?

**Reinboth:** Auf Reisen, auf Tourneen, im direkten Kontakt mit dem Publikum. Ich bin einmal im Jahr eine Woche auf Ibiza. Das gehört zu den Erlebnissen, bei denen ich es echt krachen lasse.

**Beckers:** Opening oder Closing Week?

**Reinboth:** Das schaffe ich leider nicht. Eher Ende Juli, Anfang August. Ich bin Familienvater! Grundsätzlich habe ich meine tollsten Erlebnisse auf den Events. Immer, wenn ich mich gefragt habe, ob wir nach einer Krise noch einmal auf die Füße kommen, denke ich an unsere Live-Geschichten. Der persönliche Um-



gang mit Künstlern gibt mir Kraft. Sieh mal, wir haben Künstler, die nie wahrgenommen wurden. Und plötzlich passiert es.

**Beckers:** Das wäre im Internet unmöglich. Erfolg ist bei uns planbar, predictable. Wenn man als Internetunternehmer 20 Jahre keinen Erfolg hatte, dann hat man in Serie etwas falsch gemacht. Und welche Branche wird heute nicht von der Digitalisierung erfasst? Jetzt sind wir schon bei hochkomplexen Gütern wie der Finanzdienstleistung angekommen: Wo lege ich mein Geld am besten an? Eines der Unternehmen, das wir aufbauen, ermöglicht es, statt null Prozent Zinsen in Deutschland etwa drei Prozent Zinsen bei einer Bank im europäischen Ausland zu bekommen.

**Reinboth:** Wie geht der Neuaufbau eines Unternehmens denn vor sich? Was ist die Initialzündung?

**Beckers:** Es gibt zwei Wege: Entweder wir starten eine Idee aus unserem Team. Oder aber es kommt ein Unternehmer von außerhalb mit einer interessanten Idee, der sich von uns schnellere Distribution erhofft. Das hat etwas von einem Plattenlabel. Durch unsere Erfahrung heben wir sie in kurzer Zeit von null auf Erfolg. Nennen wir es eine Serienfertigung für Unternehmen. Wenn du ein neues Start-up aufbaust, brauchst du immer wieder 80 Prozent derselben Komponenten.

**Reinboth:** In der Musik wäret ihr der Produzent, der dem Künstler reinredet?

**Beckers:** Nein, wir reden wenig rein. Wir geben unseren Gründern die Instrumente, den großen Verstärker, und füllen das Stadion mit Fans. Die Musik macht der Gründer mit seiner Band. Wir bieten alle Bausteine, die ein Start-up benötigt: Das Produktwissen, das Marketingwissen, das rechtliche Wissen und die Finanzierung. Und dadurch, dass wir die ganze Wertschöpfung kontrollieren, können wir die Qualität deutlich erhöhen. Man sagt, normalerweise ist eines von zehn Start-ups erfolgreich. Wir streben an, dass 80 Prozent der Unternehmen, die wir aufbauen, erfolgreich sind. Wir systematisieren den Prozess von der Unternehmensgründung hin zum Unternehmenserfolg. Das ist unsere Aufgabe. Wir bauen die Fabriken für die Digitalisierung.

**Reinboth:** Leute, die unabhängig von Trends abgefahrene, innovative Musik machen, kommen manchmal ohne Marketing zum Erfolg. Und die können bei uns am Label andocken. Wir machen für sie das Backing, das Administrative.

**Beckers:** Das gibt es auch in der Digitalindustrie. Aber man hört ja nur von denen, die es geschafft haben. Neun von zehn schaffen es nicht.

**Reinboth:** Ich glaube, viele scheitern mit ihrer Musik, weil sie stehenbleiben und nicht weitergehen.

**Beckers:** Da schließt sich der Kreis. Situatives Scheitern akzeptiere ich, Scheitern auf der ganzen Linie nicht.

„Wir nehmen nur Künstler unter Vertrag, von denen wir glauben, dass sie eine Vision haben. Das Echte braucht Leidenschaft.“

Michael Reinboth

Zwischen analoger und digitaler Welt, Maß und Risiko, Regel und Improvisation: HitFox-CEO Jan Beckers (links) und Labelgründer Michael Reinboth.

