



Ein paar Stunden heile Welt

Hans R. Beierlein zählt seit Jahrzehnten zu den erfolgreichsten Strippenziehern in einem oft belächelten Millionengeschäft, der Volksmusik. Ein Königsmacher aus Leidenschaft.

Interview von Doris Raßhofer



Hans R. Beierlein

Fotografiert von Frank Rollitz

Bestseller *Herr Beierlein, in den vergangenen 60 Jahren Ihres Schaffens haben Sie einen Massenmarkt entscheidend mitgeprägt, der in der Öffentlichkeit oft verpönt wird, obwohl Millionen Menschen vor dem Fernseher sitzen, wenn gejodelt und geschunkelt wird. Immerhin werden an die 170 Millionen Euro jährlich damit umgesetzt. So unbeliebt kann die Volksmusik also gar nicht sein.*

Hans R. Beierlein Ich habe mich der Volksmusik, die es seit Generationen gibt, in den 80er-Jahren angenommen, da

Hans R. Beierlein

auch bekannt als HRB, gilt als einer der erfolgreichsten Musikmanager Deutschlands und einer der wiffsten Strippenzieher, wenn es darum geht, Schlager- und Volksmusik-Talente zu Stars zu machen. Heuer feierte er seinen 80. Geburtstag und blickt

auf 60 Jahre Showbusiness zurück.

Seine Karriere startete er als Journalist, später handelte er mit Musikrechten, seit den 60ern produziert und verlegt er selbst.

HRB baute Schlagergrößen von Heino bis Udo Jürgens auf, holte die Stars wie Gilbert Bécaud und Dalida aus Frankreich in die deutschsprachigen Länder und bereicherte die Volksmusik mit Stars wie Stefanie Hertel oder Florian Silbereisen.

Sein Münchner Verlag Montanamedia hat laut eigenen Angaben mehr Titel verlegt als Richard Wagner Lieder geschrieben hat, den Eingang in seinem Haus zieren über 100 goldene Schallplatten.

sich hier ein eklatanter Gegensatz zwischen den Menschen und den Medien auftat. Volksmusik wurde oft heruntergemacht, man hat sich die Hände gewaschen, nachdem man ein solches Lied gehört hat. Dabei ist die Volksmusik, wie der Name schon sagt, die Musik des Volkes. Sie entspricht offenbar dem Geschmack einer großen Mehrheit der Bevölkerung. Sonst kämen die millionenschweren Zuschauerquoten bei den Sendungen am Samstagabend nicht zustande.

Das erinnert an die Boulevard-Zeitungen, die Millionen Menschen erreichen, aber dennoch oft nicht ernst genommen werden.

Beierlein Das eigentliche Problem sind in der Tat die Medien. Sie mögen die Volksmusik nicht, weil sie glauben, dass sie sie nicht mögen sollten. Aber meistens sind diejenigen, die am stärksten die Nase rümpfen, auf dem Oktoberfest oder beim Heurigen nach dem dritten Glas oder der dritten Mass genau die Ersten, die diese Lieder aus voller Herzensbrust

singen, absolut textsicher sogar.

Es kann ja sein, dass jemandem ein Lied nicht gefällt. Es gibt keine Verpflichtung, etwas gut zu finden. Es gibt ja auch miserable Zeitungsartikel. Aber was, bitte schön, ist so verwerflich, wenn jemand besingt, sein Herz in Heidelberg verloren oder den Großglockner in sein Herz eingeschlossen zu haben. Noch dazu, wenn es den Menschen gefällt und sie Freude daran haben. Das ist doch wunderbar. Wenn alle plötzlich hören wollen: „Leck mich mal, du alte Kuh“, na, dann hätte sogar ich was dagegen.

Gefallen Ihnen eigentlich Ihre Lieder?

Beierlein Manche ja, manche weniger. Aber sie müssen nicht mir gefallen, sondern den Menschen. Denn den Geschmack der Masse zu erkennen ist eine meiner Hauptaufgaben.

Sie haben im Laufe Ihrer Karriere eine Hall of Fame geschaffen mit Namen wie Udo Jürgens, Heino, Alexandra. Sie haben Franzosen wie Gilbert Bécaud oder Dalida nach Deutschland gebracht, Menschen wie Stefanie Hertel oder Stefan Mross aufgebaut, mit Hansi Hinterseer, Michael Heltau und André Heller gearbeitet. Woher nehmen Sie Ihr Wissen und Ihre Treffsicherheit, was den Menschen gefällt?

Beierlein Ich verstehe nichts von Musik, aber ich versuche zu analysieren, was die Menschen wollen, was ihnen gut tut und was sie glücklich macht. Dabei helfen mir unter anderem auch Zeitschriften und Zeitungen – von der *Neuen Post* angefangen bis hin zur *Kronen Zeitung*. Und ich lasse mir auch gerne von der Marktforschung helfen, so

kann ich Trends frühzeitig erkennen. Doch im Grunde läuft es immer auf dasselbe hinaus: Für was interessieren sich die Menschen? Was wünschen sie sich? Was macht ihnen Freude?

Wenn Sie also die Nachfrage ausgelotet und Interpreten und Lieder gefunden haben, wie kann man sich dann die Vermarktung in Ihrer Branche vorstellen?

Beierlein Man braucht einen findigen Manager mit vielen Ideen. Ich selber mache weder TV noch Print noch bin ich Veranstalter. Aber ich gebe mir Mühe, überall aktiv zu sein.

Eben der Strippenzieher ... können Sie uns vielleicht ein Beispiel geben?

Beierlein Vor 25 Jahren habe ich den „Grand Prix der Volksmusik“ ins Leben gerufen, einen Talentewettbewerb. Er wird in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Südtirol ausgestrahlt und von Millionen Menschen in diesen Ländern gesehen. Ich könnte mir fast vorstellen, dass es ohne diese Sendung, die so erfolgreich die Herzen der Zuschauer berührt, weniger attraktive Künstler und noch weniger attraktive Lieder geben würde. Heimat hat einen hohen Stellenwert. Wir lieben die schönen Berge, die Bäume, die Blumen. Es gibt die Kirche, den Wirt von nebenan. Man braucht keinen Zaun, um sich von den Nachbarn abzusichern. Man winkt sich zu und versteht sich. Natur ist wichtiger als vieles andere und die Volksmusik kann dazu beitragen. Es sind nicht die schwierigen Dinge, die unsere Welt heute prägen. Und Paris Hilton und Co. sind es nicht, die unser Leben schöner machen. Die Leute haben die Nase voll von den aufgemotzten Geschichten. →



In Deutschland freut sich ja derzeit die Zeitschrift LandLust über gigantische Auflagenzuwächse – entgegen der allgemeinen Entwicklung. Offensichtlich besteht ein Drang nach Heimatgefühlen.

Beierlein Ich habe auch gleich zugegriffen und ein wunderbares Lied über die Thematik der Heimat schreiben lassen, übrigens von der Linzer Komponistin Hanneliese Kreißl-Wurth – eine der erfolgreichsten Liedermacherinnen außerhalb der Rock-Szene. Das Lied mit dem Titel „Wir leben so gern auf dem Land“ soll genau das Gefühl wiedergeben, das die Zeitschrift *LandLust* den Menschen vermittelt. Wir werden es demnächst in Radio und Fernsehen hören können, präsentiert von einem hübschen deutsch-österreichischen Gesangsduo, Claudia & Alex,

das allen Herzenswünschen sowohl von Schwiegermüttern als auch der Töchter und Söhne entspricht. Die beiden werden die Frage beantworten, warum es auf dem Land so schön ist. Es ist das Bild der heilen Welt. Zumindest der heilsamen Welt.

Wenn ich das richtig sehe, dann liegt Ihnen also sehr an Unterhaltungssendungen, in denen Sie Ihre Interpreten öffentlichkeitswirksam platzieren können?

Beierlein Das Wichtigste ist, dass die Menschen die Lieder hören. Noch besser ist es, wenn sie sie hören und sehen. Natur und Musik bilden hier eine optimale Koalition.

... und das Fernsehen die zentrale Plattform.

Beierlein Das Fernsehen ist der wichtigste Verbündete, weil es auf

einen Schlag die meisten Menschen erreicht. Tourneen sind auch wichtig, aber sie erreichen nicht mit Links so viele wie das ZDF mit Rechts. Dann muss man natürlich die Presse ins Boot holen. Umso besser ihr Echo ist, umso mehr wird das Interesse an den Künstlern und ihren Liedern geschürt. Im Grunde geht es darum, die Sänger zu einem Markenartikel aufzubauen und sie so lange wie möglich im Gespräch zu halten.

Wie denn?

Beierlein Kinder und Tiere zum Beispiel ziehen einfach immer. Oder warum, glauben Sie, läuft die Sendung aus dem Gut Aiderbichl so gut? Die Menschen lieben Tiere. Michael Aufhauser hat diesen Bauernhof bei Salzburg in ein Paradies umgewandelt, weil er begriffen hat, was die Tiere für die Menschen bedeuten und die Menschen für die Tiere.

Ein toller redaktioneller Rahmen für einen guten PR-Gag ...

Beierlein Genau. Die Mischung aus Tieren, Kindern und Musik funktioniert fantastisch.

Ihnen ist auch nichts heilig, oder?

Beierlein Warum? Ich schlachte ja keine Tiere. Die Tiere in Gut Aiderbichl bekommen ja sogar noch Geld zurück in Form von Spenden. 26 Millionen Haustiere nur in Deutschland. Das ist ein ungeheures Potenzial.

„Den Geschmack der Masse zu erkennen ist eine meiner Hauptaufgaben.“ **Hans R. Beierlein**

Wie weit reicht eigentlich Ihre Fürsorge für Ihre Schützlinge?

Beierlein Das Privatleben überlasse ich in der Regel ihnen. Außer, es schadet dem Image. Wenn es allerdings um den öffentlichen Auftritt geht und die Wirkung in die Öffentlichkeit hinein, da habe ich schon ein Wörtchen mitzureden. Schließlich soll der Interpret bei den Leuten ankommen. Das ist mein Geschäft.

Waren Sie es eigentlich, der Heino zu seiner schwarzen Brille geraten hat?

Beierlein Nein. Heino hatte große Probleme. Er hatte gute Plattenumsätze, aber keiner wollte ihn in Funk und Fernsehen spielen. Die größte Attacke kam von den Sozialdemokraten und der Rundfunk war damals noch fest in ihrer Hand. Ich habe mir überlegt, was ich machen muss, damit die ihre Attacken einstellen. Ein demoskopisches Institut sollte für mich feststellen, wer die Fans von Heino waren: Die meisten waren SPD-Wähler oder in der Gewerkschaft. Dieses Ergebnis habe ich veröffentlicht und schon gingen überall die Türen auf. Sie konnten ja nicht gegen ihre eigenen Leute gehen.



Und wenn das Ergebnis ein anderes gewesen wäre?

Beierlein Dann hätte ich es nicht veröffentlicht und in der Schublade verschwinden lassen, aber weiter nachgedacht.

Aber nochmal. Wem ist die Brille eingefallen? Ihnen?

Beierlein Nein.

Sie haben ihm aber auch nicht abgeraten?

Beierlein Warum sollte ich? Man konnte ihn unterscheiden. Er war der Einzige mit Brille. Man hatte rechtzeitig der Öffentlichkeit mitgeteilt, dass er Probleme mit den Augen hat.

Stimmte das?

Beierlein In der Tat waren die Augen für einen Schönheitswettbewerb nicht geeignet.

Gab es Veröffentlichungen von ihm ohne Brille?

Beierlein Nein, nie. Und wenn er die schönsten Augen der Welt gehabt hätte, beispielsweise wie Sie, ich hätte nein gesagt. Die Brille war zu seinem Markenzeichen geworden. Wenn ich jetzt von Tisch zu Tisch ginge und sagen würde, zeichnen Sie mir Heino, sie würden alle erst einmal eine Brille zeichnen.

Sie haben also den Nachteil der Natur als PR-Vorteil genutzt.

Beierlein So eine Strategie kann man natürlich nur ein einziges Mal fahren. Alles andere wäre Heino der Zweite. Bei Udo Jürgens zum Beispiel war es der Bademantel. Der weiße, nicht irgendeiner. Er hat sich bei jedem Auftritt total verausgabt. Da habe ich ihm gesagt: „Du musst deinen Bademantel anziehen und noch einmal auf die Bühne kommen.“ Wenn er heute auftreten würde ohne diesen Bademantel am Schluss, würden die Leute fragen: „Wo ist der Mantel?“

Welches Potenzial muss ein Mensch haben, um ein Star zu werden?

Beierlein Er braucht Substanz und Persönlichkeit. Eine grüne Flasche kann ich nicht aufbauen. Ich brauche einen starken Interpreten. Der kann allerdings ohne einen guten Promoter ziemlich hilflos wirken.

Gibt es so etwas wie Beierleins Erfolgsprinzip?

Beierlein Kein Rezept. Sonst würde ich ein Buch schreiben. Einen Heino muss man anders aufbauen als einen André Heller oder eine Stefanie Hertel. Das ist eine Frage des Gespürs.

Wenn Sie Ihre Schützlinge berühmt machen, bekommen die jede Menge Applaus und sind überall bekannt. Sie haben aber die Arbeit gemacht und das Publikum kennt Sie nicht.

Beierlein Das ist das Schicksal von Hintergrund-Männern. Strippenzieher stehen nicht in der ersten Reihe. Aber ich habe nicht den geringsten Grund zu beklagen, dass man



Königsmacher in der Königinnenstraße:

Hans R. Beierlein im Gespräch mit Doris Raßhofer.

mich nicht kennt. Es ist wichtig, wer mich kennt.

Volksmusik findet heute fast ausschließlich im öffentlich-rechtlichen Rundfunk statt. Die Privaten halten sich da sehr zurück. Woran liegt das?

Beierlein Ich habe die Volksmusik damals massiv ins private Fernsehen gebracht. Über 250 Sendungen liefen bei RTL und Sat.1. Sie liefen wie die Feuerwehr, bis Helmut Thoma eines Tages sagte: „Tut mir leid, aber ich kriege keine Werbung mehr.“

Zielgruppe zu alt?

Beierlein Für warme Unterwäsche vielleicht gerade richtig. Bei Tangas wird es schon schwierig. Deshalb müsste man ein Programm gestalten, das auch jüngere Zuschauer anspricht, ohne die älteren dabei auszuschließen. Das wird passieren und muss passieren.

Und dann singen alle das „Kufsteinlied“?

Beierlein Immerhin ist es das bekannteste Lied im deutschsprachigen Raum. Der Stadt Kufstein hat es nicht geschadet. Aber auch die Volksmusik kann mit neuen zeitgemäßen Inhalten aufgeladen werden. Es mangelt nicht an Liedern, Gruppen und Sängern. Es mangelt an Ideen.

War das Geschäft mit der Volksmusik von der Krise betroffen?

Beierlein Bei Weitem nicht so wie andere Sektoren. Je schlechter es den Menschen geht, desto mehr wollen sie doch in gute Stimmung versetzt werden. Und was vermag das besser als Musik? Noch dazu fröhliche Musik wie die Volksmusik. Sie macht Geborgenheitsangebote ohne Ende.

Ein paar Stunden heile Welt am Samstagabend gespickt mit Sehnsuchtsbildern – Musik ist das beste Mittel gegen die Krise und deshalb recht krisensicher. Wenn es Volksmusik-Aktien gäbe, ich würde Ihnen raten, welche zu kaufen.

Ihren Eingang zieren unzählige goldene und ähnlich schillernde Schallplatten. Wie viele haben Sie bis heute erhalten?

Beierlein Ich habe sie nicht gezählt. Es sind sicher über hundert.

Sie galten und gelten noch immer als Womanizer. Haben Sie zumindest Ihre Erfolge bei den Frauen mitgezählt. Die FAZ nannte einmal die Zahl von 5.000 ...

Beierlein Leider habe ich auch hier nicht mitgezählt.

Die Anzahl Ihrer Ehejahre war wiederum leichter zu zählen ...

Beierlein Stimmt, das waren nur zwei Jahre. Aber dann hab ich's mit der Bindung gelassen und die Freiheit vorgezogen.

Sie scheinen in Ihrem Leben alles im Überfluss gehabt zu haben. Gibt es noch irgendwelche offenen Wünsche?

Beierlein Ich brauche Erfolg, sonst können Sie mich abschreiben.

Haben Sie einen Nachfolger für Ihr Lebenswerk?

Beierlein Ja, die Montana wird es weiter geben. Eine Frau, die seit 23 Jahren in der Montana tätig ist, wird sie weiterführen. Denn sie hat sich in dieser Zeit als eine exzellente Mitstreiterin erwiesen und genießt in der Medienwelt einen außergewöhnlich guten Ruf. Sie heißt Bizzi Nießlein und kommt aus der Steiermark. ←

„Die Medien mögen die Volksmusik nicht, weil sie glauben, dass sie die Volksmusik nicht mögen sollten.“

Hans R. Beierlein