

**Vor Ort:** Im 60. Jubiläumsjahr der Schallplatte ein Besuch im „Tonnadelparadies“

**Technik:** Interview mit Nancy Proctor, Smithsonian Art Museum

# 900 Nadel-Modelle in München garantieren Melodien für Millionen

## „Wir müssen dahin, wo die Leute sind“

VDI nachrichten, München, 26. 9. 08, cha-

**Ihre Schallplattenspieler hüten Freunde der Vinyl-Scheibe wie ihren Augapfel. Doch spätestens, wenn die Tonnadel aus Altersgründen versagt, ist Schluss mit dem warmen Klang. Heutige Kaufhäuser führen schon lange keine Nadeln mehr. Ein kleiner Laden in einem Münchner Hinterhof trotz der MP3-isierung. Geschäftsführer Friedrich Gleich verkauft die Nadeln über das Internet in ganz Europa. Ein Besuch im Tonnadelparadies.**

**K**ommen Sie Freitagnachmittag, hat Friedrich Gleich gesagt, da ist es ruhig. Nun stehen gleich drei Kunden bei ihm auf der Matte. Und sie wollen alle nur eines: Nadeln für ihren Plattenspieler.

Gleichs „Tonnadelparadies“ im Hinterhof der Landwehrstraße Nummer 48 in München ist die letzte Hoffnung für viele Plattenfreunde. So ein Plattenspieler läuft lange, aber irgendwann ist auch die beste Nadel verschlissen. Trotzdem bringen es Vinyl-Liebhaber nicht übers Herz, ihr Gerät zu verschrotten.

Vorhin kam ein junger Mann um die 30, dunkles Haar, Entenschwanzfrisur. An seinem rechten Ringfinger prangt ein voluminöser, silberner Ring. Vorsichtig faltet er ein blütenweißes Stofftaschentuch auf. Eine Nadel liegt da, stumpf, ihr Gebrauchsleben hat sie schon lange hinter sich. Der Rock 'n' Roll-Mann sagt, er benötigt unbedingt einen neuen Tonabnehmer für seinen Plattenspieler aus den 1960er Jahren. Der Blick seiner braunen Augen ist voller Hoffnung.

Friedrich Gleich, Vater von drei fast erwachsenen Kindern, nimmt eine Lupe, beugt sich herunter und schaut das Teil prüfend an. Dann geht er zielstrebig zu einem riesigen Wandschrank, zieht eine kleine Schublade auf, nimmt ein Plastiktütchen heraus. Dort drin liegt das begehrte Objekt. Die neue Nadel. Macht 25 €. Der junge Mann lächelt erleichtert und zückt sein Portemonnaie.

Rund 900 Modelle hat das Tonnadelparadies auf Lager. Und natürlich sind auch welche für alte Grammophone dabei. So wie das mit dem grünen Schalltrichter und dem Rosenmotiv. Der Tonnadel-Meister nimmt eine Platte und legt sie auf und startet das antike

Gerät. Schon erklingt „Die Czardasfürstin“ im typischen Operettenstil und dem charakteristischen Grammophon-Kratzen.

„Das ist nicht meine Musik“, erklärt Gleich grinsend. Der Münchner, Jahrgang 1960, hört lieber Pink Floyd, Duncans of the Moon oder Supertramp, „halt die Musik, mit der ich aufgewachsen bin“. Wie lange hält denn so eine Nadel? „Die Grammophon-nadeln halten eigentlich immer nur eine pro Platte. Die einfachen Saphirnadeln etwa 200 Spielstunden. Und die Diamanten zwischen 800 und 1000 Spielstunden. Das heißt, ein Kunde kommt alle fünf bis sechs Jahre zu mir.“

„Wie viele sind denn in der Packung für das Grammophon drin?“, will die Reporterin wissen. „Da sind zum Beispiel 200 Stück drin, und die kosten 13 €. Also im Endeffekt wie ein Saphir, der auch etwa 200 Stunden hält.“ Und warum muss man sie eigentlich weg-



**Friedrich Gleich** vor seinen „Schatzkisten“, den Schubladen mit den vielen hundert, teilweise seltenen Tonnadel-Modellen, die Schallplatten-Fans noch lange Gehörgenuss verschaffen sollen. Foto: Christopher Frank

werfen? „Weil die Nadel sich abnutzt. Sie wird ja heiß, sie reibt ja. Genau wie ein Saphir oder Diamant, die reiben sich auch ab. Man sieht es auch unter dem Mikroskop, wenn sie abgespielt sind.“

Friedrich Gleich hat den Laden vor 13 Jahren von seinem Vater übernommen und der hatte ihn von seinem Vater geerbt. Dabei war es nicht immer ein Tonnadel-Paradies. Besagter Großvater eröffnete 1916 ein Geschäft für Musikinstrumente. Zum Sortiment gehörten u. a. auch Tonabnehmer. Später wurde aus dem Betrieb ein Großhandel für Rundfunk und Elektrogeräte.

Im Laufe der Jahre brach aber immer mehr weg, bis nur noch die Tonnadeln übrig blieben. Letztere stecken in den unzähligen Schubladen des erwähnten Wandschranks. Alle sauber etikettiert. Von A wie Acos, über D wie Dual und M wie Micro bis zu R wie Ronette und Z wie Zenit. Repräsentativ ist der Laden nicht mehr, er sieht eher aus wie eine Werkstatt. Aber das ist auch nicht wichtig. Die meisten Aufträge erhält der Münchner sowieso über das Internet.

Eigentlich ist das Tonnadelparadies ein Anachronismus genau wie die Schallplattenspieler, die Kunden zum Reparieren hierher bringen. Trotzdem ist die Schallplatte nicht totzukriegten. MP3-Spieler hin oder her, Vinyl ist

schick und wieder hip. Das liegt am Klang, ist Friedrich Gleich überzeugt. Er selbst besitzt rund 300 Platten. „Es klingt weicher. Gut, die CD läuft 70 Minuten. Ein Schallplatte nur 20 Minuten. Aber ich finde, es ist ein wärmerer Ton.“

Seine Kunden bestellen nicht nur aus Deutschland, sondern aus Österreich, Schweiz, Italien, Polen oder Russland. Und es sind keineswegs Freaks. „Es sind wirklich die, die nichts mehr finden. Die vor Ort zu einem Händler gehen, und der sagt: Menschenskind, was ist das überhaupt, ein Schallplattenspieler?“

Trotz der Renaissance der Schallplatte macht sich der 2,03-Meter-Mann keine Illusionen. Eines Tages wird er zum letzten Mal das vertraute Ritual zelebrieren: Die Platte aus der Hülle nehmen, auf den Teller legen, sich runterbeugen, den Tonabnehmer an den Rand setzen und dann das vertraute Knacksen hören, wenn die Diamantnadel über die Vinylrillen gleitet, bevor der erste Ton erklingt. „Ich nehme an, dass es noch 15 Jahre oder 20 Jahre dauert. Dann wird man das Ladengeschäft nicht mehr halten können. Das wird dann nur noch übers Internet laufen. Ok, dann braucht man halt nur einen kleinen Kellerraum.“

Schade. EVDOLIA TSAKIRIDOU  
www.tonnadel-gleich.de

VDI nachrichten, Düsseldorf, 26. 9. 08, cha-

**Nancy Proctor ist verantwortlich für neue Medien im Smithsonian American Art Museum in Washington D.C. Mit den VDI nachrichten sprach sie über den Einsatz von Mobile Devices wie Handy oder Ipod in Museen.**

**VDI nachrichten:** Frau Proctor, in den vergangenen Dekaden wurden immer neue technische Geräte und Online-Tools entwickelt, die die Besucher virtuell oder live durch das Museum oder Ausstellungen führen. Zudem sind die meisten Museen online. Wird das gut angenommen?

**Proctor:** Es gibt viele Museen, die mittlerweile mehr Online-Besucher haben, als reelle. Es ist aber festzuhalten, dass immer noch eine Minderheit die Tools bei einer Führung im Museum verwendet. 2006 machte das San Francisco Museum of Modern Art eine Untersuchung zu diesem Thema. Die meisten Besucher setzen auf Texte, die auf den Wänden angebracht sind, oder andere „analoge“ Werkzeuge. Andererseits kann der Einsatz von Mobile Devices enormen Erfolg haben. Ein Beispiel: 2007 setzte die Modern Tate Gallery eine Tour mit Mobiltelefonen ein. 63,3 % der Besucher, die sonst nie eine Audiotour oder so etwas machen würden, gaben an, sie würden eine solche Mobilfunktour mit dem eigenen Handy durchaus mitmachen. In Amerika sind diese Touren in Museen bereits häufig zu finden, in Europa ist das vielleicht schon allein wegen der hohen Roaming-Gebühren weniger praktikabel.

**VDI nachrichten:** Nach welchen Kriterien sollte denn das Gerät ausgewählt sein?

**Proctor:** Es ist die Frage, ob Besucher wirklich 45 Minuten oder sogar länger immer das Handy am Ohr haben wollen. Was ist für den Besucher sinnvoll? Und es kann sich auch nicht jeder bei-

spielsweise einen eigenen Ipod leisten. Außerdem vermittelt jedes Gerät andere Eindrücke. Ein Mobiltelefon kann beispielsweise sphärische Hintergrundmusik nur bedingt wiedergeben. Ganz wichtig ist in jedem Fall bei Auswahl und Inhalten, diesen Leitsatz im Auge zu behalten: Es geht nicht um die Technologie, es geht um den Besucher.

**VDI nachrichten:** Sie sprechen gern von User-generated Contents (UGC). Was verbirgt sich dahinter und warum ist das Ihrer Ansicht nach so wichtig?

**Proctor:** Wir müssen uns natürlich fragen, lohnen sich die Anschaffung, Unterhaltung und Weiterentwicklung dieser Devices eigentlich, wenn die Mehrzahl eben nicht darauf zurückgreift? Ursprünglich waren Audiotouren ja dazu gedacht, Besuchern mit anderen Muttersprachen die Interpretationen der Kunst in der eigenen Sprache näher zu bringen. Wenn wir Besucher mit Equipment ausstatten, das ihnen ermöglicht, selbst Storyteller zu werden, selbst ihre Impressionen und Lerneindrücke mithilfe dieser Geräte zu verarbeiten und anderen zugänglich zu machen, somit eigenen Content (UGC) zu generieren, werden wir vor allem auch zukünftige Generationen zu Advokaten der Museen machen.

Zudem sind die Besucher zufriedener, wenn sie auf vielfältige Weise Interpretation und Einordnung von Werken erfahren. Es ist ganz wichtig, wirklich professionellen Kontext zu bieten, dafür kommen die Leute ins Museum. Ich bin aber auch der Ansicht, wir, die Museen müssen dahin gehen, wo die Leute sind, beispielsweise Content auf Youtube einstellen.

**VDI nachrichten:** Was könnte der nächste Schritt im Museum sein?

**Proctor:** Wir könnten die UGC-Inhalte mit Wahl- und Abfrage-Applikationen kombinieren und so die Besucher konkret fragen, was sie bei der Tour erfahren möchten, und was sie bereits wissen. So entsteht ein Dialog.

CLAUDIA HANTROP



**Nancy Proctor** beschäftigt sich mit der Nutzung von Mobile Devices. Foto: Videorama

ANZEIGE

**maintain**
  
 Internationale Fachmesse für industrielle Instandhaltung
   
 14.-16. Oktober 2008
   
 www.maintain-europe.com
   
**Jetzt Ticket online buchen und bis zu 50% sparen!**