

„Das können wir auch selbst“

Christopher Männlein und Stefan Trost haben eine Produktionsagentur für Radiowerbung gegründet

Von Silvia Obster

Baar-Ebenhausen (DK) „Hallo Peter, hier ist der Stefan. Könntest Du uns bitte kurz ein Beispiel sprechen?“, fragt Stefan Trost in das Mikrofon vor ihm auf dem Tisch. Der 25-Jährige ist gerade über das so genannte Musictaxi, ein Gerät zur Übertragung von Audiodaten über ISDN, mit dem professionellen Sprecher Peter Brück in Münster verbunden. Wenn Brück nun seinen Text, etwa für eine Radiowerbung, bei sich zu Hause im Studio einspricht, kann Trost das direkt in der erforderlichen Qualität auf seiner Schnittsoftware aufnehmen. Später werden er oder sein Geschäftspartner Christopher Männlein Brücks gesprochenen Text mit einer Hintergrundmelodie und passenden Geräuschen untermalen.

Individuelle Soundlogos

Der Sprecher legt los, schaltet von seiner von Natur aus angenehmen, ruhigen Stimme plötzlich in eine ultra begeisterte um, als er zu Demonstrationzwecken die Veranstaltung eines Radiosenders anpreist. Trost dreht dabei an diversen Knöpfen und bewegt verschiedene Schalter. Dann ist die Aufnahme im Kasten.

Christopher Männlein und Stefan Trost haben sich im Mai 2009 mit einer Produktionsagentur für Radiowerbung in Baar-Ebenhausen (Landkreis Pfaffenhofen) selbstständig



gemacht. Neben den Spots konzipieren und produzieren sie auch individuelle Soundlogos für ihre Kunden – quasi eine Wiedererkennungsmelo-



Ohne eine moderne technische Ausrüstung geht es nicht: Stefan Trost (links) und Christopher Männlein in ihrem Tonstudio in Baar-Ebenhausen. Foto: Obster

die einer bestimmten Marke –, sie vertonen Imagefilme von Firmen oder E-Learning-Programme, produzieren Hörbücher, Podcasts, Telefonansagen und Jingles aller Art. Ihre Kunden splitten sich in drei Gruppen auf: Radiosender, Werbeagenturen und Endkunden, die eine akustischen Vermarktung ihrer Firma oder ihres Produkts beabsichtigen. Den beiden Geschäftsführern zufolge gibt es in der Region kein zweites Unternehmen wie ihres: „Die nächsten befinden sich erst in München oder Nürnberg.“

Kennengelernt haben sich Männlein und Trost beim Studium zum Tontechniker in München. Beide arbeiteten im

Anschluss bei verschiedenen Unternehmen, Männlein unter anderem beim Sender Antenne Bayern in München, Trost bei Radio Fantasy und der Medienagentur profMmedia in Augsburg. „Wir haben beide unsere beruflichen Erfahrungen gemacht und dabei eben gesehen, wie’s läuft“, erklärt Männlein. „Das können wir auch selbst“ hätten sie sich dann irgendwann gedacht.

Nach ein paar Wochen Planungszeit machten sie schließlich ernst. Etwa drei bis vier Monate, so schätzen die beiden, habe es gedauert, bis ihre Pläne und Ideen zur Selbstständigkeit in die Tat umgesetzt waren. Unter anderem wurde

dafür ein Teil des Elternhaus von Christopher Männlein zum Firmengebäude umgestaltet: Im ersten Stock befindet sich nun ein großer Besprechungsraum, im Keller das Tonstudio mit Aufnahmezimmer, Schnittplätzen und Mischpulten.

Ein Pool von Sprechern

Während sie sich die Texte von Radiospots zum Teil auch selbst ausdenken oder sich dabei von einer Werbetexterin unter die Arme greifen lassen, stammt die Musik aus einem Lizenzvertrag mit dem weltweiten Musikunternehmen Universal. Auch die Hintergrundgeräusche, die eine Radiower-

bung „lebendig“ machen, wie zum Beispiel ein Automotor, spielende Kinder oder hallende Schritte, werden eingekauft.

Bei den Stimmen greifen die beiden Unternehmer auf einen Pool von rund 50 weiblichen und 50 männlichen freien Sprechern zurück, denen sie die jeweiligen Texte per E-Mail zuschicken. Darunter sind auch einige Synchronsprecher von bekannten Filmschauspielern. Die Preise bei „Soundart Mediagroup“ berechnen sich in der Regel nach der Anzahl der Sprecher, nach der Dauer des akustischen Produkts sowie danach, ob das Ganze lokal, regional oder national ausgestrahlt wird.