

Lauscher im Paarlauf

Sie hatte ein Tonstudio, er suchte einen Aufnahmeplatz. Nach dem ersten Treffen war klar, dass sie gemeinsame Sache machen – beruflich wie privat. Ein Besuch bei Janet Sunjic und Günter Merlau vom Hörspiellabel Lausch.

Im Hintergrund kreischt ein Espressoautomat. Hartnäckig schiebt er sich vor das Stimmengewirr im Café. Porzellantassen klappern. Bestellungen werden aufgenommen. Das Umrühren des Galão mit dem Löffel verursacht ein nachhallendes Bling. Das Papierförmchen hinterlässt ein Rascheln beim Entblättern des Puddingtörtchens. Fast wirkt es so, als seien die Töne und Klänge im Café Estrela im Hamburger Stadtteil St. Pauli nachträglich von Geräuschemachern verstärkt worden.

Das Estrela ist nicht die Art poppig-buntes 70er-Jahre-Retro-Café, in dem man Janet Sunjic und Günter Merlau vom Hamburger Hörspiellabel Lausch vermuten würde. Die Geräuschkulisse erinnert eher an das Stehcafé einer Bahnhofsvorhalle. Aber vielleicht ist es gerade diese Atmosphäre, die beide Hörspielproduzenten regelmäßig hier einkehren lässt. Ganz sicher jedoch sind die kleinen leckeren Törtchen ein Grund – und die Lage des Cafés, Tür an Tür mit den Büroräumen. Der Arbeitsplatz der Lauscher-Macher hat dann

tatsächlich den Charme einer WG-Wohnung und das Interieur der 70er Jahre. Mittelpunkt ist eine geräumige Küche. Der Duft nach Mittagessen erfüllt die wohnlichen Räume.

»Das ist das Mädchenzimmer«, sagt Günter Merlau beim Rundgang durch das Lausch-Reich. Hier steht der Schreibtisch von Janet Sunjic. Auf dem Boden liegt ein zotteliger Teppich. Die Wand ziert eine lila Wellenmuster-Tapete. Merlaus Büro dagegen ist eher schlicht. Ein kleines Tonstudio geht vom Zimmer ab. Hier können Aufnahmen mit bis zu zwei Sprechern gemacht werden. Für größere Produktionen reist das Paar regelmäßig nach Berlin.

»Übers Internet!«, antwortet Günter Merlau mit süffisantem Unterton auf die Frage, wie sich die beiden kennengelernt haben. Alles fing damit an, dass er über das Business-Netzwerk Xing bei Janet anfragte, was denn ihr Tonstudio pro Tag koste. Der Musiker und Komponist hatte sich gerade mit einer Produktionsfirma für Hörspiele und Hörbücher selbstständig gemacht – die Schwäbin hatte in ihrer Heimat eine Lehre zur Bürokauffrau absolviert, »weil das was Anständiges war«, und in ihrer Freizeit in verschiedenen Bands gesungen. Die Leidenschaft zum Singen und eine große Portion »Blauäugigkeit«, wie sie selbst sagt, führten sie dann 2001 nach Hamburg, wo sie zusammen mit zwei Partnern ein Tonstudio gründete – da war sie gerade 22 Jahre alt.

Merlau hätte den Zeitpunkt seiner Kontaktaufnahme nicht besser wählen können. »Damals hat sich gerade abgezeichnet, dass es für mich beruflich in eine

andere Richtung gehen muss«, sagt die heute 31-Jährige. »Und dazu fehlte dir noch ein echter Unternehmer«, erklärt der elf Jahre ältere Merlau die perfekte Liaison. Die beiden vereinbarten ein Treffen und stellten noch am ersten Abend fest, dass sie künftig gemeinsame Wege gehen wollten, beruflich wie privat.

Zwei Wochen lagen zwischen erster Begegnung und gemeinsamer Arbeit. »Menschen verlieben sich ja auch innerhalb der ersten Sekunden«, kommentiert Günter Merlau diese Entschlussfreudigkeit. Janet Sunjic, mit »Benjamin Blümchen« und »TKKG« aufgewachsen, war zu jener Zeit kein Hörbuchfreak, hatte die alten Kassetten bei ihren Eltern auf dem Dachboden verstaut. Merlau dagegen blieb dem Medium auch jenseits der Kinderjahre treu – von seiner Leidenschaft fürs Hörbuch ließ sich die damals 25-Jährige anstecken, verkaufte ihr Studio und stieg bei Merlaus Firma ein.

Die ersten zwei Jahre arbeiteten sie als reine Produktionsfirma, bereiteten parallel die Labelgründung vor. Im Januar 2006 starteten die beiden dann ihr neues Hörspiellabel Lausch – Phantastische Hörspiele mit den drei Serien »Caine« (Fantasy-Thriller), »Die schwarze Sonne« (historischer Mystery-Krimi) und »Drizzt« – Die Saga vom Dunkelelf (Fantasy-Epos).

Die ersten Produktionen entstanden in einer Bürogemeinschaft in Winterhude. »Da hatte Günter einen Schreibtisch und ich habe mich mit meinem Laptop dazugedrängelt«, erzählt Janet Sunjic. »Wir haben einen guten Start hingelegt«, sagt ihr Partner selbstbewusst. Aber das war kein Zufall: »Janet hat das Netzwerkdanken eingebracht, ich



Gleich gibt es was auf die Ohren: Günter Merlau und Janet Sunjic im eigenen Tonstudio



die strategische Herangehensweise und einen soliden Businessplan.«

Auffallend häufig verwendet der Künstler das Adjektiv »solide«, wenn es um die Vorbereitungen der Labelgründung geht. Was er als Künstler und Produzent erlebt hat, sorgte dafür, dass die Jungunternehmer viele Anfangsfehler umschiffen konnten. »Ich weiß aus schmerzlicher Erfahrung, dass Künstler sehr viel investieren in ihre Kunst, aber nicht daran denken, dass die eigentliche Arbeit danach erst losgeht«, sagt Günter Merlau. »Ein Produkt zu vermarkten bedeutet viermal so viel Aufwand wie die Herstellung«, rechnet er vor. Im Verkauf können die Label-Betreiber nicht mehr als zehn Euro für eine Hörspiel-CD verlangen.

Mittlerweile gehören fünf festangestellte Mitarbeiter zum Team. Postproduktion und Vermarktung machen den größten Teil der Arbeit aus. Da ist es eine Belohnung, wenn tolle Künstler ins Haus kommen. Gerade war Matthias Politycki da, auch mit Smudo von den Fantastischen Vier haben die Lausch-Macher schon zusammengearbeitet.

Viele Künstler verbindet eine besondere Liebe mit dem Medium Hörspiel. Das hat das Paar, das auch eine Messe organisiert, bereits bei der Premiere 2008 festgestellt. Die Vorbereitungen für die dritte Ausgabe der »Hörspiel« am 19. Juni auf dem Kampnagel-Gelände in Hamburg laufen gerade auf Hochtouren: »Alle bekannten Künstler sind dabei – nicht, weil wir mit Scheinen wedeln, sondern weil die Liebe zum Hörspiel sie dahin lockt«, sagt Janet Sunjic. In diesem Jahr soll es erstmals auch Hörspiel-Karaoke geben.

Überhaupt will die treue Hörspielgemeinde einbezogen werden. Das Label Lausch ist viel im Web 2.0 unterwegs, hat von Anfang an Podcasts und Videos angeboten. Selbstverständlich ist Lausch auf Facebook aktiv. Es gibt zwei Accounts, einen mit reinen Lausch-News und einen, über den man zum Beispiel erfährt, dass Janet in ihrer Freizeit Tischtennis spielt. Auch im Business-to-Business-Geschäft nutzen die Lauscher das Internet für sich: Auf Xing gibt es eine Gruppe, in der über ►

alle © Christian O. Bruch

Zur Person

Janet Sunjic, am 28. April 1978 geboren, hat nach einer Ausbildung zur Kauffrau im Vertrieb und Marketing eines Werbemittelgroßhändlers gearbeitet. Danach hat sie den Aufbau einer Telemarketing-Abteilung für den Studioausstatter SMM geleitet und 2001 ihr eigenes Tonstudio in Hamburg gegründet. 2004 steigt sie bei Lausch ein.

Günter Merlau, am 4. Juli 1967 geboren, stammt aus einer Theaterfamilie. Seine Oma war

Mitbegründerin der Plattdeutschen Theaterszene in Norddeutschland, seine Eltern Opernsänger und Geschäftsführer eines Touristik-Unternehmens. Nach einem Musikstudium an der Hochschule für Kunst und Musik Bremen arbeitete Merlau ab 1990 als Produzent und Texter für Independent Bands, Comedy-Projekte und Theaterhäuser. 2004 gründete er eine Produktionsfirma. Zwei Jahre später wird daraus zusammen mit seiner Partnerin Janet Sunjic das Hörspiellabel Lausch.

▷ neue Vermarktungs- und Vertriebswege diskutiert wird.

Die Verleger wissen, wie man Communitys aufbaut – und anzapft. Bei »Drizzt« etwa sind sie auf eine bereits bestehende Community zugegangen und setzten ein Hörspiel für die Fans um. Mit Erfolg: »Die Saga vom Dunkel elf« ist mit 10 000 verkauften Hörspielen das bislang am besten verkaufte Produkt. Auf der Erfolgswelle von »Drizzt« will das Label auch seine Präsenz im Buchhandel stärken. Im März wird es eine große Boxenaktion und eine Sonderedition geben. Derzeit verkaufen die Lauscher ihre Produkte nämlich vor allem über den Tonträgerhandel. »Wir haben mit dem Buchhandel sehr große Probleme – denn dort sieht die Rechnung in der Regel so aus, dass erst ein Buch zum Bestseller werden muss und danach das Hörbuch dazu eingekauft wird«, so Merlau.

Da Lausch keinen Mainstream bedient, sind solche Erfolge bislang Mangelware. Zehn bis zwölf Hörspiele erscheinen pro Jahr. »Das ist für ein Label von unserer Größenordnung schon ziemlich viel«, sagt Günter Merlau. »Wir setzen teilweise 40 Schauspieler und ein umfangreiches Sounddesign mit orchestraler Musik ein.« 50 Prozent der Arbeit fließen in Hörprojekte anderer Verlage. Gerade produziert Lausch für



Preisverdächtig: Geht der Ohrkanus in diesem Jahr wieder an Lausch?

den Hörverlag das Filmhörspiel zum anstehenden Kinostart des Highschool-Musicals »Rock it!«.

Qualitativ kann sich das Label durchaus mit den Großen der Szene messen. Neben Hörverlag und Universal ist Lausch – übrigens nicht zum ersten Mal – für den Hörspielcommunity-Preis Ohrkanus nominiert, der dieses Jahr am 7. Mai in Berlin vergeben wird. »Caine« steht gleich in fünf Kategorien im Finale: Beste Serie, Bester Sprecher, Beste Sprecherin, Bestes Sounddesign und Beste Regie. 