

Hörbücher für Unternehmen

Rainer Horn
Hamburg

Eine Kulturgeschichte der Reggae-Musik, die Satire im deutschen Kaiserreich oder die Entdeckung Amerikas und der Weg der Kartoffel nach Europa – dies sind nur einige der vielen Puzzleteile, die, richtig zusammengesetzt, die Geschäftsidee der beiden Gründer Ines Gosewehr und Stefan Schmidt ergeben.

Es kostete sie einige Monate, dieses Puzzle fertigzustellen. Unzählige Gedanken wurden geboren, mächtelang gewälzt und wieder verworfen. Bedenken und Ängste tauchten abwechselnd bei beiden auf, um gegenseitig wieder beiseite gewischt zu werden.

Elmo Mühe, die sich jedoch gelohnt hat, wie die beiden Existenzgründer heute versichern. Seit rund einem Jahr sind die ehemaligen Mitarbeiter von zwei Hamburger Plattenfirmen mit ihrer Firma Hörwerk selbstständig und verkaufen individuell gestaltete Hörbücher. Diese können Unternehmen als Werbe- und Weihnachtsgeschenk einsetzen oder sie werden als Begleitmedien zu Ausstellungen und anderen Veranstaltungen verkauft.

„Die Hörbuchbranche boomt, aber in diesem Einsatzbereich passiert kaum etwas“, sagt Stefan Schmidt, der früher im Marketing beim Warner-Plattenlabel east-west (ehemals Teldec) gearbeitet hat. „Wir waren bei unseren Kunden bisher immer die ersten, die solch ein Produkt vorgestellt haben.“

Dabei gehe es jedoch nicht um verlängerte Werbespots auf CD, sondern darum, „eine Geschichte spannend zu erzählen“, betont der 41-jährige. „Sonst würden die Zuhörer die CD nach zwei Minuten ausschalten.“ Das Finden ungewöhnlicher und fesselnder Hörbuchideen gehört dabei ebenso wie die spätere Produktion im Tonstudio zu den Dienstleistungen der beiden Gründer. So eignet sich die Kulturgeschichte der Reggae-Musik etwa für einen Reiseveranstalter, der seine Kunden auf einen Jamaica-Urlaub

einstimmen kann. An der Entdeckung Amerikas und dem Weg der Kartoffel nach Europa hat ein Hersteller von Chips Interesse gezeigt, und das Hörbuch über Satire im Kaiserreich wurde für die Bismarck-Stiftung produziert. Sie verkauft die CD im Rahmen ihrer Friedrichsruher Ausstellung „Lachen Deutsch!“ (noch bis 19. 12.).

„Bislang kommen unsere Kunden hauptsächlich aus dem kulturellen Bereich, neben der Bismarck-Stiftung zum Beispiel auch die Körber-Stiftung“, sagt Ines Gosewehr. „Da muß man als Existenzgründer flexibel sein und ständig prüfen, ob das Produkt am Markt nachgefragt wird.“

Doch die Gründer haben auch schon eine erste Produktion als Weihnachtswerbegeschenk verkauft. Dabei können die Auftraggeber das Hörbuch aus einem Katalog mit passenden Geschichten,

Musik und Gedichten zusammenstellen. „Wir nennen das Pizzaservice, weil Kunden praktisch den Belag der CD selbst aussuchen. Abgerechnet wird nach Minutenpreisen“, so die 39-jährige, die früher bei der Plattenfirma BMG als Promoterin arbeitete.

Ihr alter Arbeitgeber ist mittlerweile nach Berlin umgezogen – ohne Ines Gosewehr. „Ich habe lange überlegt, ob ich mitgehen soll. Aber es war schon immer mein Traum, etwas selbständig zu machen. Der Umzug war die Chance“, sagt sie. Leicht sei es ihr nicht gefallen. „Ich habe gut verdient und als Selbständige kommen schon Existenzängste auf und die Frage, ob das der richtige Schritt war.“ Deshalb sei sie froh, die Gründung ohne Kredit gemacht zu haben.

Auch ihrem Partner fiel es schwer, den sicheren Hafen einer Festanstellung zu verlassen und plötzlich alleine im tiefen Wasser zu schwimmen“, gibt Stefan Schmidt zu, der zuletzt noch bei HanseNet gearbeitet hat. „Es ist eine völlig neue Erfahrung, wie wichtig Finanzen sind“, sagt er. „Ich habe das Sommerloch als Selbständiger viel intensiver erlebt und nicht so erholsam wie ein Angestellter.“

„Ich habe das Sommerloch als Selbständiger viel intensiver erlebt und nicht so erholsam wie ein Angestellter.“

Taxi fahren und andere Nebenjobs haben die beiden Gründer jedenfalls nicht nötig, um sich über Wasser zu halten. „Wir leben von den Einkünften unserer Arbeit“, sagen sie. Nicht ohne Stolz.

„Ich habe das Sommerloch als Selbständiger viel intensiver erlebt und nicht so erholsam wie ein Angestellter.“



Ines Gosewehr (39) und Stefan Schmidt (41) arbeiteten früher in der Musikbranche. Die beiden Gründer – hier im Alt-naer Tonstudio Adwork bei Aufnahmen für eine neue Produktion – bieten ungewöhnliche Hörbücher für Werbezwecke oder als Begleitmedium für Ausstellungen an. „Sehr hilfreich war auf dem Weg in die Selbständigkeit das Überbrückungsgeld, das uns finanziell den Rücken freigehalten hat, bis das Geschäft lief“, sagen sie. Auch ein Seminar für Existenzgründer besuchten die beiden. „Da ist das Angebot in Hamburg sehr gut. Oft waren wir auf Gründertreffs in der Handeltammer, um uns mit anderen Gründern auszutauschen.“ Wichtig sei zudem, möglichst viele Erfahrungen und Kontakte in der angestrebten Branche zu besitzen. „Deshalb wollten wir etwas machen, das mit Musik zu tun hat.“

FOTO: R. SAWATZKI