



# Mehr als nur Nebengerät

**Aufwändige Soundtracks  
werden bei Spielen längst  
als Standard angesehen.  
Ausgerechnet in Deutsch-  
land entwickelt sich eine  
international konkurrenz-  
fähige Sound-Szene.**

VON FRANK MISCHKOWSKI

**E**s war ein Gefühl, als wäre die Spielebranche aus dem Zeitalter des Stummfilms erwacht: Im Jahr 1988 begann Sierra On-Line damit, seine PC-Adventures mit Soundunterstützung anzubieten. Aus anfänglicher MIDI-Musikuntermalung sind längst komplexe Melodien geworden, die sich dem Spielgeschehen anpassen und dem Spieler im Surround-Format eine höhere Integration in das virtuelle Geschehen bieten. Die 8-Bit-Sprachausgabe mit Stakkatosätzen ist aufwendigen Sprachaufnahmen gewichen, die nicht selten von professionellen Hollywood-Sprechern synchronisiert werden.

**Gefüllte Auftragsbücher trotz  
schwierigen Marktumfeldes**

Dass sich gerade in Deutschland, wo unabhängige Entwickler seit

jeder mit den Untiefen des Spielegeschäftes kämpfen, eine kompetente Szene an Soundspezialisten herausgebildet hat, mag dabei überraschen. Im Hamburger Stadtteil Alsterdorf verbirgt sich beispielsweise in einem unauffälligen Gebäude einer der größten Lokalisationsanbieter Deutschlands. Das Unternehmen, die Toneworx GmbH, wurde 1999 von Andreas Gensch und Jörg Mackensen gegründet, die mit ihrer Arbeit in der CD-ROM-Vertonung den Sprung in die Selbstständigkeit wagten. Heute finden sich auf über 200 Quadratmetern zwei moderne Aufnahmestudios und mehrere Schnittplätze, in denen unter anderem Titel von Electronic Arts, Eidos oder THQ lokalisiert werden. „Unsere Arbeit ist im Wesentlichen knallharte Organisation mit viel Liebe zum Produkt“, beschreibt Gensch die Firmenphiloso-



## „Zeit für Investitionen“

**Dr. Giovanni Vindigni will in den kommenden sechs Monaten 100.000 Euro in sein Dogma-Studio investieren und zwei freie Mitarbeiter anstellen, um künftig neben der Musikproduktion auch anbieten zu können.**

**MCV: Warum investieren Sie gerade jetzt in eine Branche, in der es immer weniger Auftraggeber gibt?**

**Vindigni:** Die Zeit ist reif dafür. In den letzten Jahren hat eine Professionalisierung der Spiele-Industrie stattgefunden. Die Hersteller wissen mittlerweile, dass eine gute Lokalisation und eine stimmungsvolle Musik wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Produkts sind. Zudem ist es wichtig, alle Lösungen aus einer Hand anbieten zu können – die Investition ist also nur der nächste logische Schritt.

**MCV: Wie reagieren die Kunden auf diese Pläne?**

**Vindigni:** Sehr gut. Unser Konzept der direkten Programmierung von Audio-Engines nimmt den Entwicklern eine Menge Arbeit ab und senkt die Kosten der Lokalisation erheblich. Dieses Komplettpaket wird in Deutschland einmalig sein, in Amerika gibt es einige solcher Anbieter, die mit großem Erfolg arbeiten.

**MCV: Gibt es weitere Aufträge für die Produktion von US-Titeln?**

**Vindigni:** Ja. Mit der Expansion streben wir auch eine weitere Internationalisierung unserer Dienstleistungen an. Auf der Games Convention werden wir bereits laufende Verhandlungen mit einigen Herstellern fortsetzen.

phie. Dass die Spielebranche inzwischen immer stärker rationalisiert und konsolidiert, hat dabei Vor- und Nachteile. „Einerseits werde von Seiten der Auftraggeber immer stärker darauf geachtet, die Kosten zu minimieren, andererseits sollte aber darauf geachtet werden, dass diese Tendenz nicht zu Lasten der Qualität geht“, meint Gensch. „Zumal die Lokalisationskosten mit einem Budget von 1.000 Euro bis 50.000 Euro nur einen verhältnismäßig kleinen Teil der Entwicklungskosten ausmachen.“ Doch gerade ein Marktumfeld, in dem zur Reduzierung von Fixkostenblöcken einzelne Produktionsbereiche gerne ausgelagert werden, füllt die Auftragsbücher von Studios wie Toneworx. Immer mehr Spielehersteller greifen nämlich auch für die Lokalisation auf externe Anbieter zurück; nicht nur Publisher wie Sun-

flowers haben in der letzten Zeit interne Soundabteilungen geschlossen. „Nicht zuletzt, weil wir bedarfsgerechter einsetzbar und damit besser kalkulierbar sind als interne Entwicklungsabteilungen“, meint Gensch. „Wir arbeiten mit vollem Einsatz und wenn es sein muss rund um die Uhr an einem Projekt. Dadurch können wir auch sehr kurzfristige Aufträge schnell und in hoher Qualität lokalisieren.“

### Internationale Konkurrenzfähigkeit als Maxime

Über gefüllte Auftragsbücher können sich nicht nur Lokalisations-Profis, sondern auch Spielermusiker wie Pierre Langer freuen. Eine Minute Musik kostet im Schnitt zwischen 250 und 600 Euro, „ein klarer

Vorteil gegenüber unseren Kollegen in Amerika oder Asien, wo die Hersteller zwischen 1.000 und 1.500 Dollar für eine Minute zahlen müssen“, so der Geschäftsführer der Dynamedion GbR. So kommt es auch, dass viele US-Firmen Musik in Deutschland produzieren lassen. Ähnliche Erfahrungen hat auch Dr. Giovanni Vindigni mit seiner Firma Dogma Studios gemacht, der bereits Kompositionen für einige Titel von Activision USA ablieferte. „Die Zeit für die Expansion ist jetzt gekommen“, freut sich der diplomierte Musiker und promovierte Theologe. „In den kommenden Monaten werden wir über 100.000 Euro investieren.“ Neben neuen Räumlichkeiten und einer modernisierten Studio-Infrastruktur will Vindigni zwei freie Mitarbeiter beschäftigen, um sein Angebot auch auf Lokalisierungen und Sound-Pro-



Outsourcing als Chance: Andreas Gensch von Toneworx sieht das eigene Unternehmen in einer lukrativen Nische. Sprachlokalisierungen können vom Unternehmen auch kurzfristig in hoher Qualität durchgeführt werden.

grammierung von Spiele-Engines erweitern zu können.

## Deutsche Spielermusiker auf Expansionskurs

Durch die Anwerbung des bereits von Sunflowers bekannten Spielermusikers Alexander Röder verspricht sich das Unternehmen eine weitere Spezialisierung auf hochwertige, orchestrale Spielermusik, wie sie bisher nur bei Hollywood-Produktionen Standard war.

„Wir haben alle klassische Kompositionslehre studiert und können in diesem Bereich eine erhöhte Nachfrage verzeichnen“, freut sich Pierre Langer. Anfragen aus den Vereinigten Staaten und dem asiatischen Raum liegen bereits vor. Das Angebot des Mainzer Unternehmens umfasst aber nicht nur die Komposition, sondern auch die Produktion der Musik. „In unserem Studio können wir auf ein komplettes Orchester aus dem Sampler zugreifen, bei dem Laien den Unterschied zu einem

realen Ensemble nicht mehr feststellen können. Wir arbeiten aber auch gerne mit realen Musikern und nehmen die Instrumente live auf, sofern dies das Budget zulässt.“ Für viel versprechende Titel investieren die Hersteller nicht selten Beträge in Höhe von 20.000 Euro, um dem Spieler Musik vom Feinsten zu präsentieren. Um diesen Budgets Rechnung zu tragen, erweitert auch Dynamedion das Produktionsfeld und will in Kürze komplette Surround-Produktionen anbieten. „Gerade bei Special Effects macht ein 5.1-Sound Sinn, zumal viele Spieler aufgrund fallender Preise in diesem Segment bereits mit einer solchen Anlage ausgestattet sind.“ Die Musik bleibt aber weiterhin in Stereo. „Schließlich geht es ja nicht darum, dem Orchester zu lauschen, sondern im Spiel zu interagieren. Wer unsere Musik in Surround hören möchte, besucht einfach die Games Convention. Das Orchester wird hier einige Kompositionen aus *Spellforce* spielen, die aus der Feder von Dynamedion stammen“, sagt Langer. ■



Voller Körpereinsatz: Wenn Synchronsprecher Erik Schäffler ans Mikrofon tritt, wird wild gestikuliert. Schäffler sprach unter anderem die Rolle von Gilderoy Lockhart bei *Harry Potter*.

Fotos: Toneworx (2), Frank Mischkowski (1)



## Hinter der Geräuschkulisse

Klein, aber fein: In den Referenzen deutscher Soundspezialisten finden sich absolute Spitzentitel und Publisher von Weltrang als Auftraggeber.

**toneworx**  
TOWNERWORKS GMBH

**Geschäftsführer:** Andreas Gensch, Jörg Mackensen

**Tätigkeitsfelder:** Lokalisation

**Gegründet:** 1999

**Mitarbeiter:** 4 Angestellte, 2 freie Mitarbeiter

**E-Mail:** info@toneworx.de

**Webseite:** <http://www.toneworx.de>

**Telefon:** 040/51 48 30-0

**Telefax:** 040/51 48 30-15

**Adresse:** Alsterdorfer Str. 255a, 22297 Hamburg

**Referenzen (wichtigste Projekte):** *Tomb Raider: The Angel of Darkness*, *Harry Potter und der Stein der Weisen*, *Medal of Honor*, diverse *Star Wars*-Titel



**Geschäftsführer:** Dr. Giovanni Vindigni

**Tätigkeitsfelder:** Musik- und Audioproduktion,

Lokalisation ab Q4/2003

**Gegründet:** 2001

**Mitarbeiter:** Ab Q4/2003 2 freie Mitarbeiter,

1 Praktikant

**E-Mail:** info@gamemusic.de

**Webseite:** <http://www.gamemusic.de>

**Telefon:** 0431/3 80 31 02

**Telefax:** 0431/3 80 31 04

**Adresse:** Wetterbek 41, 24107 Kiel

**Referenzen (wichtigste Projekte):** *Breed*, *Lula 3 D*, *Donald Trump's Real Estate Tycoon*, *Desperados: Wanted Dead or Alive*, *Gorasul: Lost Souls*, *Gametycoon*

**dynamedion**  
SOUND DESIGN

**Geschäftsführer:** Pierre Langer

**Tätigkeitsfelder:** Musikproduktion

**Gegründet:** 2001

**Mitarbeiter:** 4 Angestellte

**E-Mail:** info@dynamedion.de

**Webseite:** <http://www.dynamedion.de>

**Telefon:** 06131/21 67 27

**Telefax:** 06131/21 67 29

**Adresse:** Walpodenstraße 7, 55116 Mainz

**Referenzen (wichtigste Projekte):** *Spellforce*, *No Man's Land*, *Castle Strike*, *Voodoo Islands*, *Makai Online*