



Presseinformation

EUROPA stellt die Hörgewohnheiten auf den Kopf Die drei ??? und TKKG erscheinen als Kopfhörer-Hörspiele

München im Oktober 2020 – Die neuen Kopfhörer-Hörspiele von EUROPA (Sony Music Family Entertainment) bieten ein mehrdimensionales Klangerlebnis.

Auf YouTube sind sie längst ein beliebtes Phänomen: Musik-Clips, die mit Kopfhörern so klingen, als ob die Musik aus verschiedenen Richtungen kommen würde. Jetzt hat sich auch EUROPA, mit 55 Prozent Marktanteil führend im Segment Kinderhörspiele, dieser Soundtechnologie angenommen und zwei Hörspiele immersiv produziert und anschließend neu abmischen lassen: „Die drei ??? und das Grab der Maya“ sowie „TKKG – Das Geheimnis im Jagdschloss“. Beide Hörspiele erscheinen am 20. November physisch und digital im Stereo Mix und zusätzlich und ausschließlich digital als Download und Stream in einer Kopfhörer-Fassung.

Kopfhörer-Hörspiele als Klangerlebnis

Bei den neuen Kopfhörer-Hörspielen bekommt man als Hörer*in das Gefühl, sich mitten in der Geschichte zu befinden und räumlich zu hören, das heißt, Richtungen besser zu lokalisieren. Um dieses neue Soundgefühl genießen zu können, ist es zwingend nötig, die Hörspiele mit einem Kopfhörer zu hören. Die sogenannte Laufzeitverzögerung, das heißt die zeitliche Differenz mit der ein Schallsignal auf das Ohr trifft, gibt dem Gehirn Informationen darüber, aus welcher Richtung der Ton stammt. Nur mit dem Kopfhörer ist die getrennte Schallübertragung an das jeweilige Ohr möglich. Schon kleine Laufzeitunterschiede zwischen rechts und links erzeugen eine realistische Illusion. Besonders gut gelingt dies, wenn nach außen geschlossene Kopfhörer oder InEar Kopfhörer benutzt werden. Der klassische Stereosound wird aufgebrochen und zusätzliche Klang- und Geräuschebenen werden erlebbar.

Langjährige Erfahrung in der Produktion immersiver Hörspiele

EUROPA gelingt es, aus dem klassischen Stereosound auszubrechen und zusätzliche Ebenen zu schaffen. Durch die Produktion von Hörspielen für deutsche Planetarien in der „Spatial Sound Wave“ Audio-Technologie hat das Label bereits langjährige Erfahrung in der Kreation immersiver Akustikerlebnisse. So wurde „Die drei ??? und das Grab der Maya“ bereits für die HÖRRaum-Veranstaltungsreihe in Planetarien produziert und ist seit September in sieben deutschen Städten zu hören. „Wir haben auf die immersiven „Die drei ???“- Hörspiele, die wir in den letzten Jahren für die Planetarien produziert haben, sehr positive Reaktionen bekommen. Neben dem Plot, der wie im klassischen Hörspiel im Fokus steht, sorgt hier die



akustische Ausarbeitung besonderer Räume, sowie schnelle Wechsel zwischen den Locations für interessante Effekte. Wir freuen uns, diesen Raumklang mit den Kopfhörer-Hörspielen erstmalig nun für zu Hause oder auch ‚to go‘ anbieten zu können. Die Veranstaltungsreihe in den Planetarien setzen wir natürlich fort.“, erläutert EUROPA Redakteurin und Senior Produkt Managerin Maike Müller. Ab November startet dann die Folgeproduktion „Die drei ??? - Das Dorf der Teufel“ in den Planetarien Hamburg, Berlin, Mannheim, Wolfsburg, Bochum und im Mediendom Kiel.

Raumreflexion und Software erschaffen tolle Effekte

Verantwortlich für den Sound ist Pierre Brand, Toningenieur im Hamburger Primetime Studio. „Im Produktionsprozess gibt es eigentlich keinen großen Unterschied zu ‚normalen‘ Hörspielen“, betont Brand. „Das bedeutet: Buch, Aufnahmen, Tongestaltung, Musikauswahl, Mischung. Man benötigt jedoch eine gute und umfangreichere Tongestaltung sowie Imagination bezüglich der Verortung. Die Mischung dauert länger und ist komplexer. Das Geheimnis ist der kreative Einsatz der Tools und der nachträglich gebauten Räume. Die Produktion von Kopfhörer-Hörspielen ist auch wesentlich diffiziler als die von sogenannter 8D-Musik, da wir im Hörspielbereich quasi neu mischen müssen“, so Brand. Bei Primetime kommen unter anderem die Softwares DearVR und Spezial Audio Designer zum Einsatz. Für den Toningenieur bleiben jedoch der Content und die gestalterische Umsetzung das Wichtigste. Das sieht auch Senior Produkt Managerin Svenja Bartsch (EUROPA / Sony Music Entertainment). so: „Das Hauptkriterium für die Veröffentlichung einer Hörspielfolge ist immer eine gute Story. Aber wir haben auch bei „TKKG – Das Geheimnis im Jagdschloss“ natürlich darauf geachtet, dass die Geschichte Passagen beinhaltet, die sich für die Umsetzung als ‚Kopfhörer Fassung‘ besser eignen oder spannender ausgestaltet werden können. Uns war aber wichtig, dass die Hörspiele auch weiterhin mit dem Stereo Mix funktionieren.“

Eine Technologie für den Wachstumsmarkt Kopfhörer

Eine wichtige Rolle fällt natürlich dem Tragen von Kopfhörern zu. Würde das Hörspiel über offene Lautsprecher laufen, käme der Schall unkontrolliert und diffus auf den Ohren an. Durch die Kopfhörer klingt es so, als würde man mit dem Gehirn hören. Svenja Bartsch sieht in den Kopfhörer-Hörspielen eine Chance für das Label: „Zum einen lebt das Hörspiel seit Kunstkopfzeiten auch von der räumlichen Wahrnehmung. Zum anderen verzeichnet das Segment der Truly-Wireless-Kopfhörer sehr hohe Wachstumsraten.¹ Überall sieht man Menschen mit Bügel- oder In-Ear-Kopfhörern, die direkt über Bluetooth von ihrem Smartphone streamen. Jetzt haben wir von EUROPA auch tolle Geschichten und Sounds zu

¹ <https://www.strategyanalytics.com/access-services/devices/mobile-phones/emerging-device-technologies/market-data/report-detail/mobile-accessories-global-bluetooth-headset-sales-forecast-to-2025>



bieten.“ Um zu prüfen, ob und wie die Kopfhörer-Hörspiele auch bei den Fans ankommen, führt das Label auf dreifragezeichen.de und tkkg.de eine Umfrage durch.

Presseservice- und kontakt

Als Ergänzung ihrer Berichterstattung bieten wir Ihnen im EUROPA-Downloadbereich bei Kühl PR:

- Ein Interview mit Toningenieur Pierre Brand (plus Foto)
- Druckfähige Fotos der CDs sowie von Kindern mit Kopfhörern
- Druckfähige Fotos von Maike Müller und Svenja Bartsch

kuehlpr.de/download/cat/europa

Michael Tschiggerl
Kühl PR
Meister-Francke-Straße 11a – 22309 Hamburg
Mobil: 0172/427 82 46
E-Mail: michael.tschiggerl@kuehlpr.de