

Die Firma Sportsongs.de Adrian/Heeger GbR bietet einen nicht ganz alltäglichen Service für Sportvereine an. Stadionwelt sprach mit Zacharias Adrian, der bei Sportsongs.de Produzent und Studio Engineer ist.

**Stadionwelt:** Wie kommt man auf die Idee eine Firma zu gründen, die Songs für Vereine produziert?

**Adrian:** Mein Partner Simon Heeger und ich haben beide an der Musikhochschule im holländischen Enschede studiert. In Kombination mit einem gewissen Sportinteresse kamen wir bald auf Sportsongs.de.

**Stadionwelt:** Das erste Projekt war ein Song für die Handballer der HSG Nordhorn, oder?

**Adrian:** Richtig, die „HSG Fanhymne“ ist in drei verschiedenen Versionen zum Saisonbeginn erschienen. Wir wollten schon länger etwas für die HSG machen, als der Verein etwas zufällig auf uns zukam.

**Stadionwelt:** Wie entstehen die Songs?

**Adrian:** Es ist natürlich wichtig, auf die Texte zu achten. Den für Nordhorn haben wir zusammen mit der Marketingleiterin der HSG entwickelt. Außerdem fiel es uns in diesem Fall relativ einfach, weil wir die regionalen Gegebenheiten ganz gut kannten. Bei anderen Projekten informieren wir uns über das Internet, beispielsweise in Fanforen oder treffen uns mit Fans und Verantwortlichen. Es gilt zu beachten, was für Rivalitäten zu anderen Vereinen bestehen, was den Verein beziehungsweise die Stadt ausmacht. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die gesamte Komposition und Produktion in enger Rücksprache mit dem Verein abläuft. Das Wichtigste ist die Akzeptanz bei den Fans. Es bringt nichts, ihnen irgendetwas vorzusetzen.

**Stadionwelt:** Woran wird momentan gearbeitet?

**Adrian:** Wir haben einige Demos für größere Vereine gemacht. Ganz aktuell arbeiten wir an einem Stück für die REDStar Dancers aus Köln. Das ist die Tanztruppe des Basketballbundesligisten RheinEnergie Köln. Natürlich wird der Fokus auf Basketball gelegt.

**Stadionwelt:** Wie muss man sich das vorstellen?

**Adrian:** Die Beats bestehen aus Basketballsounds. Das Aufklatschen des Balles wird als Beat verwendet.

**Stadionwelt:** Glauben Sie mit Sportsongs.de eine Marktlücke geschlossen zu haben?

**Adrian:** Im eigentlichen Sinne nicht, weil viele Sportvereine ja bereits Fanlieder aufgenommen haben. Andererseits bieten wir gewisse musikalische Qualitäten, die Künstler aus dem Schlagermetier möglicherweise nicht aufweisen können. Zudem verfügen wir über vielfältige Kontakte. Mein Kollege hat während seines Studiums in den Conway Studios in Los Angeles gearbeitet. Dort sind beispielsweise Produktionen für Justin Timberlake entstanden. Gerade für Sportarten wie Basketball sind „amerikanische Sounds“ sehr gefragt.

**Stadionwelt:** Wie hoch sind die Kosten?

**Adrian:** Eine Antwort darauf ist schwierig: Eine klassische Hymne mit einem kompletten Orchester bringt natürlich höhere Kosten für den Kunden mit sich als ein Lied für das nur ein Gitarrist und ein Sänger benötigt wird. Von Techno über Rock und Pop bis RnB ist aber alles möglich. Die Preise hängen alleine von der Produktion ab. Viele Songs werden durch Sponsoren finanziert, die dann auf der Rückseite des CD-Covers werben. Wichtig ist auch, dass wir alle Verwertungsrechte an den Auftraggeber abtreten und unsere Kompositionen GEMA-frei sind. Nach einer einmaligen Zahlung liegen somit die kompletten Verwertungsrechte beim Verein. Der kann die CD in seinem Sinne verkaufen oder das Lied zum Download anbieten. (Stadionwelt, 18.4.2007)