

*"Die Ohren sind ein Eingang zur Seele. Weil sie direktere Assoziationen aufrufen können als die Augen, weil die Augen kann man schließen, man kann wegschauen und die Ohren, die sind meistens offen. Und deswegen hat man da direkten Zugriff auf Gefühle."*

*Emar Vegt, Sounddesigner bei BMW*

Nicht nur Dichter, Erzähler, Sprecher, Sänger auch Marketingspezialisten und Produktdesigner sind sich der besonderen emotionalen Qualität der akustischen Wahrnehmung bewusst – von der faszinierenden Märchenerzählerstimme bis hin zum satten Sound eines Blinkers im Auto.

Fehlende visuelle, olfaktorische und/oder haptischen Reize bei einer rein akustischen Wahrnehmung komplettiert unser Gehirn durch die Ergänzung des Gehörten im Kopf mit Bildern und Assoziationen. Und in Kombination mit unserer individuellen Lebenserfahrung entsteht ein ganz persönlicher Film vor dem inneren Auge.

Ein Hörbild wird durch Klang, Geräusch und Stimme hergestellt. Es ist nicht eindimensional, da im Kopf (und im Herzen) des Zuhörers ein vielfältiges, mehrdimensionales Bild entsteht. Der „Film“ entsteht durch das von Erwartungen, Erfahrungen geprägte Wahrgenommene. Es können die verschiedensten Räume, Zeiten und Dimensionen geschaffen werden. Zuerst muss es dabei der Raum sein, damit die

Handlung zugeordnet werden kann. Dieser Raum muss physisch und psychisch-emotional beschrieben werden, – mittels Geräuschen, Sprache und Sprachintention, Musik etc. –. Und als Zuhörer besitzen wir sogar die Fähigkeit angerissene Bilder im Kopf zu einem Ganzen zu vervollständigen.

Überlegte Gestaltung ist für eine akustische Kommunikationsbotschaft von entscheidender Bedeutung. Zuerst wird der Klang wahrgenommen, der Aufmerksamkeit, Sympathie-Antipathie, Assoziationen auslöst, dann erst der Inhalt des gesprochenen oder die vermeintliche Ursache, Bedeutung einer akustischen Wahrnehmung. Das Geräusch gibt meist Information über die Atmosphäre, den Raum und den Vorgang. Die Stimme über Inhalte, menschliche Situation, Figur und aktuelle psychische Situation.

Im Gegensatz zum geschriebenen Text wird im akustischen Medium das „Bild“ (das Kino im Kopf) des Hörers viel genauer definiert: Bilder entstehen unabhängig vom Genre des Gehörten, ihre Vielfalt und Form hängt ab von Bildung, Erfahrung, Phantasie und Persönlichkeit des Zuhörers.

*»Der Mensch wird nur die Welt gewahr,  
die er schon in sich trägt.« Exupery*

**Infotermin am ISSA Tag der offenen Tür:  
Samstag, 25. November 2017  
16:45 Uhr**



---

**Schauspielschule seit 1957**  
(Zinner Studio/Münchner Schauspielstudio/ISSA GmbH)

**in Kooperation mit**  
**Acoustic Actors Enterprises**  
[www.acoustic-actors.com](http://www.acoustic-actors.com)

## **Mikrofonarbeit**

# **Acoustic Acting**

## **Basis Kurs /**

## **Masterclass**

# **Workshop 2017/2018**

---

**ISSA GmbH**  
**Öztaler Straße 1 B**  
**D-81373 München**

**Telefon: 0049-89-5 32 86 72**  
**Telefax: 03212- 138 20 69**

[www.actorsschool.de](http://www.actorsschool.de)  
[info@actorsschool.de](mailto:info@actorsschool.de)

## Acoustic Acting • BASISKURS

### Ziel

Trainieren der genre-spezifischen Sprachgestaltung und Darstellung in den audiovisuellen Medien. Grundlagen der Mikrofonarbeit in den Sparten Hörbuch/Hörspiel, Werbung und Produktinfo, Trailer und Synchron

### Zielgruppe

Schauspielschüler (3.Jahr), Absolventen, Schauspieler, professionell Interessierte

### Dozenten

Helmut Schorlemmer (Ltg.),  
Harald v. Wieckowski, Stefan Heinlein  
Sprachcoaching: Inga Dechamps

### Inhalte

Die Grundlage für die Arbeit am Mikrofon ist der rasche, perfekte Umgang mit Textvorlagen sowie der bewußte, gestalterisch differenzierte Stimmeinsatz. Zum fundierten Erlernen der Mikrofonarbeit wurde der Kurs in drei Aufbaumodule gegliedert. Der Gesamtkurs umfasst alle Aspekte der Darstellungspalette des »Acoustic Acting«: Hörbuch und Hörbild, Werbesprechen/Commercials (Dialog, Presenting, Off / Claim), Schulungs-CD/DVD, Industriekommentar sowie Grundlagen der Synchronisation, Trailersprechen und Voice Over.

### Modul 1: Einstieg Textarbeit

Grundlagen der Textgestaltung & erste Mikrofonarbeit

### Modul 2: Mikrofonarbeit im Studio 1: Audio

Funk und Tonträger

### Modul 3: Mikrofonarbeit im Studio 2: Visuelle Medien

TV / Video: Trailer & Synchron

**Zusatzmodul:** begleitende Ergänzungskurs **SPRACHE**  
(5 Einheiten – 150,- €) zusätzlich buchbar

Die Mindeststundenzahl eines Kurses wurde jeweils für die Mindestteilnehmerzahl (6) ausgelegt, bei höherer Teilnehmerzahl (max. 10-12) erhöht sich die Anzahl der Kursstunden anteilig (à 60 Minuten!)

	BASISKURS	Zeitraum	Kosten
<b>Modul 1</b>	<b>Einstieg Text</b>		
Grundlagen Textgestaltung/ Mikrofonarbeit	mind. 5 x 3 Std./ max. 7 x 3 Std <b>ISSA</b>  2 Übungs- einheiten am <b>Mikrofon</b>	<b>Dezember 2017 bis Februar 2018</b>	295,- EUR
<b>Modul 2</b>	<b>Audio – Vertiefung</b>		
Praxisarbeit Hörbild / Werbung	3 x 1,5 Std <b>ISSA</b>  mind. 3 x 6 Std. / max. 4 x 7 Std. <b>Tonstudio</b>	<b>März / April 2018</b>	385,- EUR
<b>Modul 3</b>	<b>Visuelle Medien</b>		
Praxisarbeit Synchron / Trailer	1 x 3 Std i.d. <b>ISSA</b>  mind. 4 x 6 Std. / max. 5 x 7 Std i. <b>Tonstudio</b>	<b>April / Mai 2018</b>	440,- EUR
		<b>Gesamt</b>	<b>1120,- EUR</b>
( das entspricht pro Monat 190,- EURO )			

## Acoustic Acting • MASTERCLASS

**Teilnehmerzahl:** mind. 4 / max. 6

**Kosten:** 390,- EUR pro Teilnehmer

**Umfang:** ca. 6-8 Stunden Mikrofonzeit  
à 60 Min. / Teilnehmer

**Zeiteinteilung:** 2 Tage im Tonstudio

**Voraussetzung:** Acoustic Acting Basiskurs  
und/oder erste Studioerfahrung

**Termine:** jeweils 1 Wochenende  
nach Absprache

Nach Anmeldung ist auch individuelles  
Einzelcoaching (1 – 3 Teilnehmer) möglich.

### Themen

- Individuelle Vertiefung der Mikrofonarbeit
- je nach Interesse der Teilnehmer besondere Schwerpunkte: Hörspiel/Werbung, Industriekommentar, Synchron und Trailer

**»Worauf achten Sie,  
wenn Sie jemand zum ersten Mal treffen?«**  
Einer von der Zeitschrift GEO beauftragten  
Umfrage zufolge nannten 40% der Befragten  
die Stimme. Wichtiger waren zur Beurteilung  
einer Person nur Gesicht und Kleidung.  
Einem unsichtbaren Partner in der  
Audiokommunikation bleibt jedoch nur die  
Stimme, die in Sekundenbruchteilen vom  
Adressaten registriert und interpretiert wird.