

# Existenzgründer im Porträt

Rob Bevilacqua · Veröffentlicht: 09.09.2016

---

## CI für die Ohren

Die Sanduhr Productions entwickelt akustische Corporate Identity

**„Marken zum Klingen bringen“**

## Sanduhr Productions

Unter dem Namen "Sanduhr Productions" entwickelte ich (im Gründungsjahr noch zusammen mit Partnerin Nadia Ayché) von 2016-2019 Corporate Identity für die Ohren: von Markensongs, Audio-Logos bis hin zu Werbe-Jingles und Radiowerbung.



## Serie Existenzgründer im Porträt

Zur Dynamik unserer Volkswirtschaft tragen junge Unternehmen bei, die mit innovativen Ideen die Märkte beleben. Wir stellen Beispiele vor.

# CI für die Ohren

Die Sanduhr Productions entwickelt akustische Corporate Identity



Nadia Ayche und Roberto Bevilacqua bringen Marken zum Klingen.

Wenn morgens der Kollege den Rechner hochfährt und eine wohlbekannte Tonfolge zu hören ist, weiß jeder gleich, ob Apple oder Microsoft. Und wenn abends der Gong nach der aufsteigenden Melodie ertönt, ist klar: Tagesschau, 20 Uhr.

Kurze Tonfolgen, Jingles genannt, haben einen extrem hohen Wiedererkennungswert. Ganze Szenarien verbinden sich damit automatisch im Kopf des Hörers. Deshalb nutzen viele große Firmen wie Edeka, McDonalds oder die Telekom solche Jingles.

Warum nur große? „Es gibt eigentlich keinen direkten Anbieter, der solche Jingles komponiert. Man muss über eine Agentur gehen, und die vergibt den Auftrag wiederum an einen Spezialisten“, erklärt Robert Bevilacqua. „Das ist teuer und die Hemmschwelle ist hoch.“

Der 42-Jährige will das ändern und hat deshalb zusammen mit seiner Lebens- und Geschäftspartnerin Nadia Ayche die Firma Sanduhr Productions gegründet. Sie bietet

maßgeschneiderte audiovisuelle Werbung an. Jingles, Spots, Firmensongs oder Warteschleifenmusik – alles ist denkbar. Dabei geht es nicht nur um die Idee und die Komposition, sondern auch um die passende und wunschgerechte Einspielung – das Rundum-sorglos-Paket eben.

Tatsächlich bringen Bevilacqua und Ayche hervorragende Bedingungen dafür mit: Er ist studierter Betriebs- und Volkswirt, außerdem Pianist und Gitarrist, der Songs schreibt und Musik produziert. Als Subunternehmer hat er früher schon für die Bahn solche Jingles komponiert. In der Nürtinger Altstadt verfügt er über ein großes Büro, in dem unter anderem ein komplettes Tonstudio einschließlich Gesangskabine steht.

Sie ist Moderatorin und ausgebildete Musicalsängerin – Stuttgartern noch als „Miss Saigon“ wohlbekannt. Außerdem war sie Lead-Sängerin bei „Mr. President“.

Nadia Ayches Moderatorentätigkeit gab auch den Ausschlag für die Firmen-

gründung: Die gebürtige Karlsruherin sang spontan so einen Jingle bei einem Treffen des Convention Bureau Rhein-Neckar, einer Plattform für die Eventbranche. „Das kam so gut an, dass uns klar war, es gibt einen Bedarf“, erzählt Bevilacqua. Wundern tut ihn das nicht, schließlich weckt Musik Emotionen und kann eine Botschaft in wenigen Sekunden zusammenfassen. Marken eben zum Klingen bringen.

Der gebürtige Nürtinger ist schon seit seiner Studentzeit als Internetdienstleister selbständig. Anfang der 90er war das, quasi zur Stunde Null des WWW. Seither programmiert er Homepages und Onlinelösungen, erst für Freunde, dann professionell. „Da bin ich so reingerutscht“, erzählt er. Das Diplom machte er eigentlich nur zur Beruhigung der Eltern, denn eigentlich wollte er schon damals in die Werbung gehen.

Doch das Wirtschaftswissen kam ihm schon für seine erste Firma zustatten und hilft ihm bis heute: Einerseits für seine Dozententätigkeit an den Fachhochschulen in Nürtingen und in Tübingen, andererseits aber auch für den Businessplan.

Denn zur Zeit arbeitet Sanduhr Productions am Starkapital. Zwar verdienen beide Gründer ihren Lebensunterhalt, und Know-how und Equipment sind vorhanden. Doch das reicht für den Geschäftsstart natürlich nicht aus.

Als Glücksfall erwies es sich da, dass die Stuttgarter Fachmesse Expo 4.0 auf die junge Firma aufmerksam wurde. Die Messe für visuelle Kommunikation und haptische Werbung bestellte einen Werbejingle und überließ den Gründern dafür einen Messestand. „Die Resonanz war beeindruckend“, erinnert sich Bevilacqua. Eine weitere Einladung zu einer Schweizer Messe liegt bereits auf dem Tisch.



**Dr. Annja Maga**  
Redaktion Magazin  
Wirtschaft  
annja.maga@stuttgart.  
ihk.de

Wieso heißt die Firma eigentlich „Sanduhr“? Der Begriff stammt aus einem Bevilacqua-Song in dem es darum geht, wie kostbar Zeit ist. „Deshalb versprechen wir unseren Kunden, innerhalb von 48 Stunden die erste Musikidee zu liefern.“ Dazu muss nur die Firmenphilosophie samt Logo und bereits vorhandenem Marketingmaterial zur Verfügung gestellt und die bevorzugte Musikrichtung mitgeteilt werden.

„Wir bringen das dann zum Klingen“, verspricht Roberto Bevilacqua. ◀