

# Von Edel- und Plasma-Bässen

Von Braunschweig gibt's nicht viel zu erzählen. Oder doch? Hier die Firma Schimmel, die berühmte Klaviere und Flügel baut, dort die Firma Mast, die Jägermeister braut. Hier die Braunschweiger Eintracht, die verzweifelt um den Aufstieg in die 2. Liga kämpft, dort die Firma Sandberg, die längst in der 1. Liga eine wichtige Rolle spielt. Ihr Spezialgebiet: Der Bau von E-Bässen.

Man kann also nicht behaupten, dass diese norddeutsche Stadt Metropolen-Charakter besäße – aber sie hat durchaus ihre Qualitäten. Holger Stonjek ist Braunschweiger durch und durch, und da man vor ca. 20 Jahren in Braunschweig keine Lehrstelle als Gitarrenbauer bekam, ging er eben zu Schimmel und lernte Klavierbau. Was ihn aber nicht daran hinderte, 1986 und noch parallel zu seiner Ausbildung, zusammen mit einem Freund eine Gitarrenbau-Werkstatt zu eröffnen. Das war eine harte Zeit für beide, Ich-AGs waren noch nicht erfunden, Unterstützung von öffentlicher Stelle gab es auch nicht – da half nur die Begeisterung und der Wille, die Doppelbelastung einigermaßen unbeschadet wegzustecken. Die Werkstatt der Firma, die noch keinen Namen hatte, befand sich damals in der VW-City Wolfsburg, Am Sandberg 8. Da erübrigt sich die Frage, woher der Firmenname kommt, obwohl...: „Wir wollten uns auf keinen Fall einen amerikanischen Namen geben, aber unsere beiden Nachnamen waren als Firmenbezeichnung absolut unbrauchbar. Stonjek & Gorzelke, das hätte sich keiner merken, keiner aufschreiben können – und das klingt auch nicht gerade nach E-Bass und Musik“, erzählt Holger. „Da standen wir also eines Tages vor der Werkstatt und grübelten wieder einmal über einen Namen, und plötzlich fiel der Blick auf das Straßenschild gegenüber ...Sandberg! Das klang nicht übel, also hatten unsere Bässe ab sofort einen schönen Familiennamen!“ Die vier Punkte, die auf jedem Bass dieses Herstellers an prominenter Stelle zu finden sind, wurden später von einem befreundeten Marketing-Fachmann ersonnen. Sie symbolisieren nicht die Punkte der gelben Blinden-Binde (Holger: „Das sagen tatsächlich viele...!“), sondern die vier Mechanik-Schäfte. „Wir haben die Punkte meist auf dem oberen Korpushorn angebracht, denn wenn Bassisten im Fernsehen zu sehen sind, wird selten die Kopfplatte gezeigt. Dann schon eher der Korpus – mit unseren vier Punkten!“

## **Edel-Bässe**

Doch das Fernsehen sollte erst später eine wichtige Rolle in der Sandberg-Story spielen. Ebenso wenig wie die Bestückung mit vier Saiten, denn Ende der 1980er war die Periode der Edelbässe, die Entdeckung der Schnelligkeit des Bassisten-Seins und die der tiefen H-Saite. Vielen deutschen Bassisten reichte selbst der neuartige 5-Saiter nicht mehr, und sie forderten nach 6-Saitern, so wie die großen amerikanischen Bassisten es ihnen vormachten. Sandberg schwamm in dieser Welle mit und stellte mit dem S-1 einen Edelbass vor, der alle Attribute mitbrachte, um in diesem Sektor erfolgreich zu sein: Spektakulär gemaserte Hölzer, durchgehender Hals, eigene Pickups mit aktiver Klangregelung, breite Saitenabstände für anspruchsvolles Fingerspiel, etc.. Geschraubte Hälse und passive Elektroniken waren dagegen bei Herstellern wie Bassisten gleichermaßen verpönt. Mit dem S-1, von dem es natürlich auch 4- und 5-Saiter gab, etablierte man sich schnell in der Zunft der deutschen Bassbauer, die sich damals anschickten, nicht nur Deutschland, sondern auch den Rest der Welt mit qualitativ hochwertigen Designs zu erobern.

„So richtig los ging es allerdings erst mit dem Umzug nach Braunschweig“, erinnert sich Holger. Das war 1990, und die Firma erweiterte sich auf drei Teilhaber – der Braunschweiger

Akustikgitarren-Laden Akustikon, eine weitere Perle dieser Stadt, beteiligte sich an Sandberg und sorgte für Kundschaft, auch in dem für den Laden so wichtigen Service-Bereich. In dieser Zeit ging es so schnell bergauf, dass „die Sandbergs“ sich erstmals entschlossen, den Vertrieb und Verkauf in andere Hände zu übergeben. Der Großhändler Pro Arte, bekannt durch sein umfangreiches Akustikgitarren-Programm, nahm die Bässe in seinen Katalog mit auf und bestückte seine Handelsreisenden mit den Braunschweiger Edelbässen. „Das war natürlich eine aufregende Zeit für uns, denn dieser Schritt war für einen kleinen Hersteller wie uns doch schon ungewöhnlich. Nahezu alle anderen deutschen Hersteller, lässt man einmal Warwick außen vor, verkaufen direkt an Musiker. Wir hatten uns für den anderen Weg entschieden, und im Nachhinein war es genau die richtige Entscheidung, die zu unserem Firmenprofil passt“, erzählt Holger. Denn der Vertrieb machte die Sandberg-Bässe auf einen Schlag auch einem größeren Publikum bekannt, indem er sie an ca. 40 Musikläden, verteilt in ganz Deutschland, verkaufte. Dennoch brach man nach zwei Jahren diese Geschäftsbeziehung „in aller Freundschaft“, wie Holger betont, wieder ab, weil „wir zwar in ganz Deutschland nun zu sehen waren, aber an den Bässen nichts mehr verdienten“. Sandberg lieferte nun wieder direkt – aber nicht an Musiker, sondern an Musikläden. Der Kontakt war ja da. Schon damals, in der ersten Hälfte der 1990er Jahre, wurden 20 Sandberg-Bässe pro Monat hergestellt – und man befand sich auf dem besten Weg, das Dasein des kleinen, exquisiten Edelbass-Herstellers hinter sich zu lassen. Einen wichtigen Beitrag dazu leistete die in dieser Phase angeschaffte CNC-Fräse, die die Produktion deutlich vereinfachte, auch wenn sie nur zu groben, standardisierten Fräsvorgängen angeworfen wird.

## ***Let there be rock***

Bereits in den frühen 1990er Jahren Schon waren Bassisten und Bass-Hersteller wieder auf dem Boden der Tatsachen angekommen. Kaum einen Tieftöner verlangte es mehr nach einem sperrigen Sechssaiter, vielmehr wurden plötzlich wieder einfache, erdige Bass-Designs gefragt. Während viele deutsche Hersteller jedoch im Großen und Ganzen bei dem einmal eingeschlagenen Weg blieben und ihren in den Spät-Achtzigern etablierten Stil weiter verfolgten, änderte Sandberg das Firmen-Image – und seine Programmstruktur. Dafür Ausschlag gebend war die Zusammenarbeit mit Ken Taylor, dem Bassisten u. a. der Peter-Maffay-Band. Ken ließ sich einen Sandberg-Bass bauen – und der sollte eindeutig in Richtung Fender bzw. Music Man gehen, mit einem geschraubten Hals, mit einem Schlagbrett, und als Vier- und Fünfsaiter zu bekommen sein. Dies bedeutete die endgültige Abkehr vom Edel- und HiFi-Image Sandbergs, und die Rock-Bassisten entdeckten die Braunschweiger Firma quasi neu. „Wie wichtig das Image für den Erfolg von Instrumenten ist, wurde uns damals brutal bewusst. Sobald Ken Taylor unsere Bässe spielte, waren wir interessant. Nicht nur für Rock-Bassisten, die das einfache, schnörkellose Design des Ken-Taylor-Basses mochten – übrigens bis heute mit Abstand unser erfolgreichstes Modell –, sondern auch für viele bekannte deutsche Bassisten aller Stilarten, mit denen sich dann Kooperationen ergaben“, erzählt Holger. Im Unterschied zu vorherigen Zeiten haben diese Bassisten den Hersteller selbst kontaktet, weil ihr Interesse geweckt worden war. Darunter sind so unterschiedliche Musiker wie Norbert Hamm aus der Grönemeyer-Band und Olli Riedel von Rammstein, die alle neben der Qualität der Instrumente auch den zuverlässigen Service der Braunschweiger zu schätzen gelernt haben.

## ***Chefsache***

Die Zusammenarbeit mit Akustikon wurde Mitte der 90er Jahre beendet, und 1998 stieg auch Gerd Gorzelke, der langjährige Partner und Freund Holgers, aus, um sich um sein eigenes Computer-Business zu kümmern. Seitdem ist 41-jährige Stonjek alleiniger Chef seiner achtköpfigen Belegschaft. Obwohl die meisten seiner Leute alle Arbeiten, die beim Bau von Instrumenten anfallen, ausführen könnten, haben sich Spezialisierungen heraus gebildet. So ist z. B. Holger neben den üblichen Chef-Arbeiten wie Entwicklung, Einkauf und Kalkulationen u. a. für das Formen der Hälse verantwortlich, das nach wie vor per Hand erledigt wird. Außerdem scheint er ein Perfektionist im Anlegen von gut funktionierenden Arbeitsprozessen zu sein – alles hat in dieser Werkstatt seinen Praxis-orientierten Platz und ist gleich bei der Hand, wenn es gebraucht wird. So auch das Heiligtum der Werkstatt, die spezielle japanische Feile, mit der Holger das Halsprofil bearbeitet, die nur noch in Japan zu bekommen ist und die er „wie meinen Augapfel“ hütet. Das Lackieren der Instrumente ist ebenfalls Chef-Sache, wobei Sandberg in der Regel nur Mattlackierungen anbietet. Hochglanz-Lackierungen sind wesentlich aufwändiger aufzubringen, denn die Lackschicht ist deutlich dicker.

Spezielle Ideen werden meist an Samstagen entwickelt, wenn die Werkstatt leer und die Flasche Rotwein noch voll ist. Dann verwandelt sich die Werkstatt in einen Experimentierkasten, und es entstehen Dinge wie sandgestrahlten, farbig gebeizten Bässe, der durchsichtige Plasma-Bass aus Plexiglas für Olli Riedel, der „Eis-Bass“ von Ken Taylor für die aktuelle Tabaluga-Produktion oder auch das neueste Produkt: Ein Bass mit einer eingebauten Nebelmaschine. „Nein, das ist kein Kundenwunsch, das ist einfach nur ein Versuch. Mal sehen, ob es klappt“, lacht Holger, der dann erzählt, dass die Zahl der Custom Order in der letzten Zeit extrem zugenommen hat. Ca. 70% der Sonderwünsche beziehen sich auf die Optik – „Edelholz ist wieder angesagt!“ - , 30% wünschen sich spezielle Pickup- oder Elektronik-Ausstattungen. Letzere lassen sich sehr gut konkretisieren, wenn man die Möglichkeit hat, bei dem Musikhändler seiner Wahl einen der drei Pickup-Test-Bässe zu konsultieren, bei dem durch verschiebbare Tonabnehmer verschiedene Pickup-Positionen ausprobiert werden können. Händler können diesen Testbass bei Sandberg anfordern, und viele machen davon Gebrauch. Nebenbei hat sich auch das Fotografieren als eine große Leidenschaft und eindeutige Chef-Sache heraus kristallisiert. Alle Produktfotos in den hochwertigen Prospekten und auf der Homepage ([www.sandberg-guitars.de](http://www.sandberg-guitars.de)) sind von Holger selbst geschossen worden.

## ***guitars***

Sandberg produziert zurzeit 35 Instrumente im Monat. Damit ist die Werkstatt und ihre Belegschaft ausgelastet. Die Firma soll laut Holger nicht viel größer werden, denn so, wie sie jetzt ist, funktioniert sie gut, wirtschaftlich und auch menschlich. Eine höhere Stückzahl will er hauptsächlich durch eine noch perfektere Organisation der Produktion erreichen, bzw. Reparaturen und Service-Arbeiten an „Fremdprodukten“ die noch einen kleinen Teil des Umsatzes ausmachen, in Hochphasen nicht mehr annehmen.

Dem Hersteller ist es gelungen, sich im mittleren Preis-Sektor einen festen Platz zu erobern. Ca. 80% der verkauften Bässe haben einen Verkaufspreis zwischen € 950 und € 1200 und liefern dafür sprichwörtliche deutsche Wertarbeit, in die die jahrelangen Erfahrungen des Edelbass-Baus mit einfließen. Wobei, wie oben schon erwähnt, auch der Edelbass-Bau zurzeit einen Popularitäts-Schub erfährt, und neben den Schraubhals-Modellen der eigenen Basic-Serie wieder gut dasteht. Darunter leidet bestimmt nicht die Stimmung, sondern nur eins: Die Produktion von Gitarren. Im Moment bestimmen die Bässe zu 90% das Sandberg-Programm, und das, obwohl auch die Sandberg-Gitarren gute Referenzen aufzuweisen haben.

Holger, der früher auch als Bassist gearbeitet hat – u. a. in Studios und in Künstlerbegleitungen – ist heute nur noch gelegentlich unterwegs, z. B. als Bass-Partner von Stoppok-Bassist Reggie Worthy, wenn sie Sandberg-Workshops veranstalten.

Sieht man sich in der Werkstatt in Braunschweig um, entdeckt man noch einige andere Instrumente, über die es sich lohnen würde zu schreiben: Die Semiakustik-Gitarre Thinline oder auch der interessante Electric-Upright, der im Gegensatz zu den meisten Instrumenten anderer Hersteller einen hohlen Korpus hat, und deshalb „eben nicht wie ein E-, sondern wie ein Kontrabass klingt“, wie Holger sagt.

Der Besuch in Braunschweig hat Spaß gemacht, zeigt er doch, dass sich neben hochindividuellem, künstlerisch anspruchsvollem Instrumentenbau isoliert arbeitender Einzelkämpfer und industriell hoch entwickelter (Massen-)Fertigung auch eine Fertigungskultur behaupten kann, die sich zwischen diesen beiden Polen bewegt, sich von beiden die besten Eigenschaften aneignet und sich dort fühlbar wohl fühlt. Gerade Firmen in diesen Größenordnungen beweisen, dass man sich weder dem Preis-Diktat von Großherstellern noch den Marktgesetzen, in denen die Billig-China-Schiene die einzige Erfolg versprechende angepriesen wird, unterwerfen muss, um existieren und einen Platz in der Marktwirtschaft behaupten zu können. Vorausgesetzt, die Ideen, die Qualität der Produkte und die Einstellung zu seinem Job stimmen! Und das ist bei Sandberg der Fall!

*Story: Heinz Rebellius  
Fotos: Sandberg, Rebellius*