



# THORSTEN SCHMIDT MARKETING.®

## DIE MEDIALE MARKETING MANUFAKTUR

MEDIENPRODUKTION » AUDIO & RADIO » RADIOSPOT

### SPRECHER GESUCHT? THORSTEN SCHMIDT IST PROFESSIONELLER SPRECHER

Deutsche Profi Sprecher Stimme, ihren Kunden bekannt und  
vertraut



Guten Tag, schön dass Sie mich auf meiner  
Webseite besuchen, weil Sie auf der Suche  
nach einer erfahrenen, deutschen  
Sprecherstimme sind. Mein Name ist Thorsten  
Schmidt, ich arbeite seit 2004 im Beruf des  
Radio- und TV Werbesprechers und freue

mich riesig, wenn ich die richtige Stimme für Ihr neues Projekt bin.

Mein Stimmprofil wurde nach meiner Sprecherausbildung sehr vielseitig. Man hört meine Stimme seit 2004 in unzähligen Radiospots (vermutlich mehrere tausend), seit 2007 in TV-Spots und ab 2009 als TV Stationvoice, der Fernsehsender Erkennungsstimme. Es folgten schließlich 2013 Radio Stationvoice Aufträge, in denen ich auch bis heute zu hören bin. Mit dem akustischen Stimmlager von 25 bis 55 ist meine Stimme für eine Vielzahl von Zielgruppen optimal einsetzbar; sowohl in der Stimmlage 'Barriton' als auch als druckvoller "Tenor" treffe ich gemäß die anzusprechenden Zielgruppe immer den richtigen Ton. Mit der regelmäßigen Ausstrahlung meiner Stimme als Radio-



im Fernsehen sowie auch in den Online Medien bei Werbekampagnen unterschiedlichster Produkte zu hören.

In den Hörbeispielen können Sie sich meine stimmliche Flexibilität anhören und sich ein Bild machen, wie ich mich für Ihr Projekt anhören könnte.



[Thorsten Schmidt Sprecher](#)

Radiospot Sprecher Thorsten Schmidt Produktion



130  
TRACKS

Thorsten Schmidt Sprecher - Antenne Promo Radiospot Rammstein Tribute Völkerball  662

Thorsten Schmidt Sprecher - Sprecher Thorsten Schmidt spricht Spot für ZOTT MONTE  345

Thorsten Schmidt Sprecher - Sprecher Thorsten Schmidt spricht TV Spot auf ARD für EMI Helene Fischer  406

[Cookie-Richtlinie](#)

Thorsten Schmidt Sprecher · Radiospot Sprecher Thorsten Schmidt Produktion

Radiospots wurden mit der Stimme von Thorsten Schmidt produziert und ausgestrahlt u. a. für:





## FAQS

- Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit einem professionellen Sprecher?
- Wie kann ich einen professionellen direkt buchen?
- Welche Schritte sind von der Idee zum fertigen Werbespot notwendig?
- Wie gestaltet man einen Werbetext?
- Was ist Storytelling?
- Wie funktioniert Storytelling in Radiowerbung oder einer TV Werbespotproduktion?
- Wie produziert man den perfekten Werbespot?
- Wo und wie setze ich den Werbespot ein, wenn er fertig ist?
- Wie nutze ich Social Media beim Einsatz eines Werbespots?
- Wie setze ich Werbebudget richtig ein?
- Wie messe ich den Erfolg eines Werbespots?

**Klingt interessant? Jetzt unverbindlich beraten lassen.**

Kontakt aufnehmen

## Warum mit der Stimme von Thorsten Schmidt einen Radiospot produzieren?

Ja - da die Stimme von Thorsten Schmidt seit 2004 deutschlandweit durchgängig im deutschsprachigen Radio und Fernsehen zu hören und bereits seit 2007 als Stationvoice präsent. Sie profitieren durch seine langjährige Erfahrung und die vertraute Bekanntheit bei ihren Kunden. Denn eine Radiospotproduktion muss innerhalb kürzester Zeit akustisch alle Hörer erreichen, deren Sinne stimulieren, bei der Zielgruppe schließlich emotional den Kaufreiz setzen und abschließend die Entscheidung zum Kauf bewirken. Der neu gewonnene Kunde sollte es ab diesem Moment sehr einfach haben, sich Ihr Produkt und letztlich den Weg dahin zu merken.

Zeit ist Geld und bezahlte Werbesekunden wollen effektiv eingesetzt werden. Die Stimme von



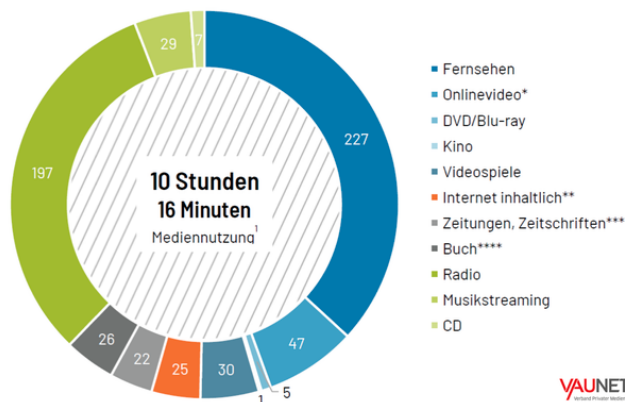
Hinhören und geht nicht in einem sechsminütigem Werbeblock unter. Die Wiedererkennung der Sprecherstimme und schließlich ihrer Produktpräsentation ist dabei entscheidend für den Erfolg Ihrer Radiospotkampagne. "Radio - geht ins Ohr, bleibt im Kopf" ist einmal mehr die perfekte Übersetzung dessen, welche Aufgabe die Sprecherstimme von Thorsten Schmidt für

Ihren Radiospot erfüllt. Die Fähigkeit sich mit der Stimme exakt auf Ihre Zielgruppe einstellen zu können, um so innerhalb der wenigen Radiowerbesekunden mit Überzeugung das Produkt sprichwörtlich in Bildern zu transportieren, ist garantiert.

## Warum ist Radiowerbung mit Sprecher Thorsten Schmidt so effektiv?

### Anteile der Medien am Medienzeitbudget | 2019

Durchschnittliche tägliche Mediennutzung, in Minuten



Klicken Sie die Grafik an, um sie zu vergrößern.

Neuesten Umfragen und Studien zufolge hören 82 % der Bevölkerung in Deutschland Radio. Von 83,2 Millionen Menschen sind das 68,2 Millionen Radionutzer - und dies genau 3 Stunden und 17 Minuten am Tag (vgl. Grafik unten). Die Zahlen steigen aktuell sogar in der Corona-Krise an. In diesem hohen Anteil sind alle werberelevanten Zielgruppen vertreten und sowohl Endkonsumenten (B2C) als auch gewerblich orientierte Kunden (B2B) werden mit Radiowerbung sicher erreicht. Hätten Sie gedacht, dass es 2020 im Vergleich zum

Vorjahr eine Hörersteigerung von [7 Millionen](#) Nutzern gab? Dabei spielen Online-Devices in Verbindung mit der digitalen Infrastruktur unterschiedlichster Übertragungswege (LTE, 5G, DAB+) eine tragende Rolle.

Der Bundesrat beschloss im November 2019, dass ab 11/2020 kein Radio-Engerät mehr ohne die Funktionalität von DAB+ hergestellt und verkauft werden darf. [DAB+](#) (Digital Audio Broadcasting) ist ein terrestrisch flächendeckender Digitalradio-Standard, der 100 x größere Datenmengen als UKW vom Sender zum Empfänger ermöglicht und Ihnen als Werbetreibender gewährleistet. Stellen



Wunschvorstellung mehr. Mittelfristig arbeitet die TISA (Travelling Information Services Assotiation / besteht aus Entwicklungsbeteiligungen u. a. mit Playern wie BMW, Daimler, VW, Telekom etc.) bereits an Videostreaming, was über DAB+ auf die Displays gebracht wird. Radio entwickelt sich also entgegen vieler Unkenrufe mit mächtigen Innovationen und Steigerungsraten sehr positiv in die Zukunft.

Thorsten Schmidt ist neben 17 landesweiten / lokalen Radiostationen im deutschlandweit empfangbaren DAB+ Sender [Absolut Top](#) als Stationvoice zu hören [ [Radio online hören](#) ] [ Hörbeispiele ].

Der große Vorteil der Radiowerbung ist die Omnipräsenz des zukunftssicheren Mediums Radio / Digitalradio. Im Gegensatz zu allen anderen Medien kann man Radio passiv nutzen; d. h. in der Freizeit, beim Hobby oder nebenbei im Auto, in der Küche beim Kochen, im Büro usw. Das Radio läuft und Ihre Kunden beschäftigen sich mit anderen Dingen. Die Radionutzung ist so ein indirektes Medium, was trotz Werbung positiv und nicht als Spam wahrgenommen oder umgeschaltet wird - vorausgesetzt, der Hörer geht mit dem Mehrwert Musikauswahl und Informationsgehalt konform.

## Wo lässt sich Thorsten Schmidt als Radio Sprecherstimme einsetzen?

Sie werden bei einem gekonnten Einsatz von Radiowerbung sicher eine Absatzsteigerung erreichen. Ihr professioneller Sprecher Thorsten Schmidt lässt sich in sehr vielen Radioebenen einsetzen, um so die Hörer für Ihr Produkt zu begeistern und letztlich zum Kauf animieren.

Die Stimme von Thorsten Schmidt lässt sich neben [TV-Spots, Imagefilmen und Erklärfilmen](#) im Radio einsetzen; und zwar in der klassischen Radiowerbung, in Infomercials, als Statiovoice Programmelemente z. B. vor Sondersendungen, in Sendungspatronaten, in Radiogewinnspielen aber auch in ONLINE-Promotions, die über die Social Media Kanäle audio-visuell ausgespielt [ [Beispiele anschauen](#) ].

**Radiowerbespot** wird in Wikipedia so definiert: "Unter Radiowerbung versteht man die Ausstrahlung von Werbung im Progammm eines Hörfunksenders. [...]." Etwas provokant könnte man sagen, dass es die professionelle Aufnahme eines Verkäufers ist, der mit dem was er wie sagt die vermeindlichen Käufer animiert, sein Produkt zu kaufen. Stichwort: Marktschreier (nur angenehmer :-)



Infomercial soll dem Hörer einen Mehrwert suggerieren. Die Endung "mercial" stammt vom englischen Wort Commercial. Diese Werbeform wird meist gewählt, um mit der vertrauten Stimme von Thorsten Schmidt komplexere Werbebotschaften einfach zu machen und dem Hörer ein Know-How zu vermitteln und das wichtige Vertrauen zu wecken, ein Produkt zu erwerben. Oft ist auch ein O-Ton vom Verkäufer / Anbieter zu hören. Am Ende steht eher selten eine Preisnennung.

Der Begriff **Stationvoice** wird häufig unterschiedlich geschrieben (Station Voice oder Station-Voice) und ist offizielle und scheinanglizistische Bezeichnung für einen Sprecher, der für Radiosender oder TV-Sender alle programmlichen Verpackungselemente spricht. Thorsten Schmidt spricht als professionelle Stationvoice Trailer, Teaser, Jingles, Opener, Closer aber auch Patronate und Sender-IDs und ist die Wiedererkennungsstimme in der Radio-Hörfunklandschaft aber auch im Fernsehen. Die Stationvoice von Thorsten Schmidt wird in allen programmlichen Soundelementen verwendet und als durchgehend vertraute, dem Hörer bekannte Stimme wahrgenommen.

## Wie wird ein Radiospot hergestellt? Welche Schritte führen zum Erfolg?

Ein Produkt, eine Dienstleistung oder das Image einer Firma soll im Rahmen einer Werbekampagne umworben werden. Da Radio mit Fernsehen das unangefochtene Massenmedium Nummer eins ist, muss der Radiospot unter dieser Berücksichtigung bestimmte Kriterien erfüllen, um den gewünschten Erfolg zu erzielen. Um einen Radiospot herzustellen, sind zunächst folgende Fragen elementar:

- Welches Produkt soll umworben werden?
- Welche Alleinstellungsmerkmale (USP) hat das Produkt (z. B Preis, Neuheit, Verfügbarkeit o. Ä.)?
- Welche Zielgruppe wird vom Kunden definiert?
- Auf welche Reize reagiert die Zielgruppe am besten? Daraus entwickelt sich ein Spotkonzept.
- Wie muss die verbale, tonale Ansprache sein, dass sich die Zielgruppe für das Produkt entscheidet?
- Ist Musik oder eine situative Geräusch-Atmosphäre der richtige Wahl für Ihr Radiospot Konzept?
- Ist ein Dialog oder ein Monolog im Radiospot sinnvoll und versteht das der Hörer in der Kürze?
- Welche(r) Sprecher\*in passt zur Ansprache der Zielgruppe am besten?
- Wie muss ein\*e Sprecher\*in sprechen - schnell, langsam, druckvoll, ruhig, lustig, bedeckt, überzeugt, normal oder umgangssprachlich?
- Zu welcher Tageszeit hört die Zielgruppe den Radiospot?
- Welches Werbebudget steht zur Bewerbung der Radiospotkampagne zur Verfügung?

**folgt:**

1. Ein Werbespotkonzept wird unter Berücksichtigung der Anforderungen und dem AIDA-Prinzip (Attention, Interest, Desire, Action) schriftlich erstellt.
2. Der Werbetext eines Radiospots wird darin entworfen und letztlich vor der Werbespotproduktion mit Kunden abgestimmt (daraus ergibt sich ungefähr die Länge eines Radiospots).
3. Nach der Text- und Konzeptfreigabe spricht der/die Sprecher\*in den für sie/ihn vorgesehenen Text in einem professionellem Tonstudio ein und sendet die Sprachaufnahme dem Produzenten.
4. Der Radiospot-Produzent, auch Producer genannt, arrangiert gemäß dem Konzept die Stimme/-n, mit der Hintergrundmusik und gewünschten akustischen Atmosphäre. Das Endprodukt ist ein gemasterter Radiospot, der mehrere Produktionsstufen durchlaufen hat und als Datei abgespeichert wird.
5. Der fertige Radiospot wird dem Kunden zugestellt, der ihn dann zur Ausstrahlung freigibt.
6. Der Radiospot wird als Datei danach gemäß dem vereinbarten Werbebudget im gewünschten Werbezeitraum von der Disposition in die Werbeplanung eines Radiosenders eingeplant und exakt ausgestrahlt. Den Ablaufplan eines Radioprogramms kann man sich samt Musiktitel, LIVE-Elementen und Radiospots wie eine riesige Playlist vorstellen, die täglich abgespielt und über den Radiosender ausgestrahlt wird.
7. Nach Ablauf der Werbezeit erhält der Radiowerbekunde eine Sendebestätigung mit exakten Ausstrahlungsuhrzeiten.

Zu jeden der oben genannten Fragen oder Arbeitsschritte steht Ihnen Thorsten Schmidt Marketing sowohl als Sprecher als auch Agentur zur Verfügung.



**Laden Sie sich KOSTENLOS das Konzept Formular runter, mit dem Sie sekundengenau einen Radiospottext selbst verfassen und gleichzeitig die Länge in Sekunden abmessen können.**

© Thorsten Schmidt Marketing - Die Datei ist urheberrechtlich geschützt.

thorsten-schmidt-sprecher-marketing-radi

Microsoft Word Dokument [131.4 KB]

Download



## Radiowerbekampagne investieren? Lohnt sich Radiowerbung?

Die Kosten für einen Radiospot und dessen Produktion sind abhängig vom erstellten Konzept der anstehenden Kampagne. Ausschlaggebend sind dabei Sprechergagen, Verlags-Lizenzkosten der Hintergrundmusik, ggf. GEMA, Anzahl der Änderungen und letztlich der gesamte Studioaufwand, bevor ein Radiospot finalisiert wird. Sollte KEINE veröffentlichte und verlagsgebundene Musik eingesetzt werden, startet die Investition für eine Radiospotproduktion bereits bei netto 300,00 EUR. Sollten Kino-bekannte Sprecherstimmen oder aktuelle Chart-Titel eingesetzt werden, kann eine Radiospotproduktion jedoch je nach Ausstrahlungsreichweite schnell mehrere tausend Euro kosten; zzgl. den Ausstrahlungskosten, den gebuchten Werbesekunden des lokalen, regionalen, landesweiten oder nationalen Radiosenders. Nach oben hin sind also keine Grenzen gesetzt, da jede Anforderung unterschiedlich ist.

Eine Radiospotkampagne wird errechnet aus der terrestrischen Reichweite eines gewählten Radiosenders, der Anzahl der notwendigen Werbesekunden und letztlich die Ausstrahlungszeiten, wo innerhalb eines Tages je nach Sender unterschiedliche Sekundenpreise veranschlagt werden. Radiosendernutzung wird von unabhängigen Forschungsinstituten ermittelt und durch diesen Nachweis ist die Wertigkeit einer Sekunde zu einem gewissen Tageszeitpunkt begründet. Darin erkennt man sehr schön, wann die meisten Hörer den Sender hören. Da die meistgehörten Zeiten im Radio genau die Zeiten sind, in denen Menschen auf der Fahrt zur oder von der Arbeit sind, spricht man von der Drive-Time. Diese Radiozeit wird meines Wissens international so bezeichnet. Die Drive-Times sind im Vergleich zu den übrigen Tageszeiten die effektivsten, aber auch höchstpreisigsten Zeiten, zu denen ein Radiospot ausgestrahlt werden kann.

Je nach Produkt, Gewinnmarge, Reichweite und Verkaufsmengen lohnt sich Radiowerbung natürlich nur dann, wenn es betriebswirtschaftlichen Sinn macht; also artotisiert sich der Aufwand und das Werbespending im Vergleich zum Ertrag. Hier können Erfahrungswerte sehr hilfreich sein. Auch die Nachwirkung von einer Radiospotkampagne ist oft spürbar. Thorsten Schmidt Marketing steht Ihnen sehr gerne zur Klärung dieser entscheidenden Frage zur Verfügung. Profitieren Sie von seiner langjährigen Erfahrung als Radiosprecher, Geschäftsleiter von Radiosendern und Agenturinhaber. Machen Sie sich seinen direkten Draht in die Radiobetriebe zum Vorteil.

**Radiospot Produktion von Thorsten Schmidt Marketing erreicht Ihre Kunden, bedeutet Umsatzsteigerung und positives Image.**





Jetzt unverbindliche Anfrage stellen ...



Thorsten Schmidt Marketing bietet als Werbeagentur Dienstleistungen wie Zielgruppenanalyse, Standortanalyse, Produktanalyse, Mitbewerberanalyse, Steigerung des Bekanntheitsgrads, Internetpositionierung per Google, SEO, SEA, Webseitenprogrammierung, Administration, Google-Maps, Apple-Maps, Suchmaschinenoptimierung, Google-Werbung, Google Adwords. Social Media mit Instagram Story Telling, Facebook Fanpage Administration sowie Youtube und XING Profile. Videoproduktion, Youtubefilm, Produktfotos, Texterstellung, Produktplatzierung, Blogging, Kundenbindung. Eventmanagement, Veranstaltungsmanagement, Kundenveranstaltung, Eventplanung und digitales Einladungsmanagement sind ebenso im Portfolio wie Newsletter, Eventorganisation, Eventbetreuung, Nachbetrachtung, Auswertung, Online-Event Technik sowie Event-Streaming. Thorsten Schmidt ist ausgebildeter Mediensprecher und Radiostimme für TV und Rundfunk Station Voice, OFF Produktionen, Synchronisation, Werbung, Imagefilm, Tutorial, eLearning und Hörbuch. Kommunikationscoach für Moderation sowie Präsentationen in der Berufs-, Fort- und Weiterbildung.

# in f

<sup>1</sup> Normalpreis



[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Cookie-Richtlinie](#) | [Sitemap](#)  
© Thorsten Schmidt Marketing - Wörrstadt / Germany