



Legendärer Sound: Die Kult-Band Motörhead mit Sonor-Schlagzeug.

Rock-Stars lieben die Trommeln aus Westfalen

Sonor ist einer der kleinsten Global Player der Welt



Edles Material: Die Schlagzeugbauer achten beim Furnier auf höchste Qualität.

Bad Berleburg. Christian Blüm, der Schlagzeuger von „Brings“, hat eins. Phil Rudd von „AC/DC“ hat ebenso eins wie Mikkey Dee von „Motörhead“. Und Charly Antolini spielte „Knock Out“ damit ein. Das Stück galt unter Hi-Fi-Fans als ultimativer Boxen-Belastungstest.

Die Schlagzeug-Sets von Sonor aus Bad Berleburg-Aue sind beliebt bei Top-Drummern in aller Welt. Das 1875 in Weißenfels an der Saale gegründete Unternehmen produziert seit 1946 im Wittgensteiner Land. Geschäftsführer Karl-Heinz Menzel: „Wir sind das traditionsreichste Unternehmen der Branche – und einer der kleinsten Global Player der Welt.“

Für Musikpädagogik und Marschmusik

Die Instrumentenbauer, die vor über 20 Jahren von der Matth. Hohner AG gekauft wurden, gehören zur metallverarbeitenden Industrie. Doch das Herzstück ist die Holzverarbeitung. Hansi Lutter ist von Haus aus Bau- und Möbelschreiner. Und Kesselbauer bei Sonor. So nennen Fachleute den Trommelkörper, der aus dünnen Sperrholzplatten und edlem Furnier gefertigt wird.

Er liebt seinen Beruf: „Man braucht Fantasie und Erfahrung, weil Holz immer unterschiedlich reagiert. Und wenn ich im Fernsehen die Bands

Erfahrung zählt: Kesselbauer Horst Treude fertigt die Trommelkörper aus Sperrholz und Furnier.

sehe, die mit unseren Instrumenten spielen, dann bin ich schon stolz darauf.“

In Aue produzieren 85 Beschäftigte Schlaginstrumente für Marschmusik und Konzert sowie die gesamte Palette des orffischen Instrumentariums mit Xylophon, Glockenspiel und klingenden Stäben.

Die Percussion-Instrumente hingegen kommen vornehmlich aus Thailand und China. Aber die Spitzenprodukte entstehen nach wie vor in Aue. Entwickelt werden ohnehin alle Instrumente in Deutschland.

Geschäftsführer Menzel: „Verkauft haben wir schon immer weltweit. Seit 15 Jahren beschaffen wir die Instrumente



Mit Gefühl: Kurt Lückel lackiert die Kessel-Rohlinge. Fotos: Moll (4), dpa



aber auch international. Wenn wir mit Teilen der Produktion nicht nach Asien gegangen wären, könnten wir heute im Wettbewerb nicht mehr bestehen.“

Ein Beispiel: Kostet ein in China produziertes Einsteiger-Schlagzeug 600 Euro, so kann eines der 1200 Drum Sets aus deutscher Fertigung zehnmal

so teuer sein. 2011 setzte Sonor rund 15 Millionen Euro um.

Als weltweite Nummer drei liefert das Unternehmen in 80 Länder, bei einer Exportquote von 60 Prozent. Menzel: „Im Moment macht uns die Schuldenkrise einiger Euro-Staaten zwar etwas zu schaffen. Aber wir erkennen einen Trend zu immer hochwertigeren Ins-

trumenten und sind deshalb optimistisch.“

Zurück bei Hansi Lutter in der Produktion: Aus drei perfekt zugeschnittenen mehrschichtigen Sperrholzplatten formt er in der Kesselpresse drei ineinanderliegende Ringe, deren Nahtstellen versetzt zueinander sind. Fertig ist der Trommelkörper, der aus heimischer Buche, finnischer Birke oder kanadischem Ahorn bestehen kann.

Big Band der Bundeswehr ist Stammkunde

Nun wird die Trommel auf die richtige Höhe geschnitten. Die Kesselränder werden abgeschragt, damit später die Felle besser schwingen. Anschließend wird lackiert, gebeizt, geschliffen, poliert oder eine Folie aufgezogen. Das teuerste Furnier heißt „Amboina“, ein edles Holz aus Asien.

In der Montage nun werden Löcher gebohrt, um die Beschlagteile anschrauben zu können, und die Trommelfelle aufgesetzt. Wegen der metallenen Ständer und Stative, Halterungen und Fußmaschinen gehört Sonor zur metallverarbeitenden Industrie. Sie helfen dem Schlagzeuger, sein Instrument perfekt einzustellen.

Übrigens: Einige der Drummer, die auf Sonor stehen, tragen Uniform. „Die Big Band der Bundeswehr stanno wir seit Jahrzehnten aus“, sagt Menzel stolz. GERD DRESSEN



Endmontage: Christa Knoche schraubt die Metallbeschläge an und setzt die Felle auf.

Info: Sonor

Vor 137 Jahren gründete der gelernte Drechsler und Weißgerber Johannes Link Sonor das Unternehmen in Weißenfels an der Saale. 1907 wurde das Sonor-Warenzeichen beim kaiserlichen Patentamt eingetragen. Nach der Flucht aus der sowjetisch besetzten Zone half 1946 das Fürstenhaus Sayn-Wittgenstein bei der Neuansiedlung im Wittgensteiner Land. Seit 1991 gehört Sonor zur Matth. Hohner AG und beschäftigt am Standort 85 Mitarbeiter.

Licht an!

Am 30. Juni ist wieder „ExtraSchicht“ im Ruhrgebiet



Zirkus auf der Zeche Zollverein: Die „ExtraSchicht“ in Essen vor einem Jahr. Foto: Straßmeier

Farbenfrohe Illuminationen, riesige Projektionen und ungewöhnliche Licht-

effekte – das sind die Markenzeichen der Extraschicht.

In der Nacht vom Samstag, 30. Juni, ist es wieder so weit. Dann erstrahlen die Zeugen der Montan-Industrie in neuem Glanz: alte Waschkauen, Zechen, Fördertürme und Halden.

Aber nicht nur das. Egal ob Live-Musik, Akrobatik, Straßentheater, Videoinstallationen oder Führungen durch Museen und Industriedenkmäler: Alles in allem setzt sich das Revier an 53 Spielorten in 23 Städten ins rechte Licht. Damit erreicht die Veranstaltung Rekordausmaße. WH

Infos: www.extraschicht.de

Na denn Prost – im Museum!

Schau über Schnaps und ganz andere Getränke ...

Lage. Getränke sind überlebenswichtig. Und ein Spiegel der Gesellschaft, wie die Ausstellung „Zum Wohl! Getränke zwischen Kultur und Konsum“ im Ziegeleimuseum Lage (Kreis Lippe) zeigt. Welche Rolle spielen Getränke im Alltag? Welche Getränke haben Zuwanderer zu uns gebracht? Gibt es typische regionale Trinkgewohnheiten? Auf diese Fragen gibt die Schau Antworten.

Zwei Getränke sind für Ostwestfalen-Lippe typisch: Schnaps und Limonade.

In Steinhagen produzierten einst 20 Brennereien aus Roggen und dem Wacholder der nahe gelegenen Senne-Landschaft Brantwein. Heute gibt es nur noch zwei Steinhäger-Betriebe.

Weltweit bekannt geworden ist auch ein alkoholfreies Erfrischungsgetränk, dessen fruchtige Grundsubstanz jahrzehntelang in Detmold hergestellt wurde: „Sinalco“. WH

Mehr: www.lwl.org/LWL/Kultur/wim/portal/S/lage/aktuelle_ausstellung/



Getrunken wird immer: Das Plakat links machte 1938 Reklame für Steinhäger-Schnaps, das Limo-Werbeschild stammt aus dem Jahr 1905.

Fotos: Veranstalter (2)