

Zwischen Achterbahnen
komponiert

Hier spielt die Musik!

Hidden Champions
der Erlebniswelten





Michael Mack ist überzeugt, dass Themenpark-Musik denselben Stellenwert wie Film-Musik erreichen kann...

Bei neuen Themenbereichen stehen meist Architektur, Gestaltung, Attraktionsauswahl und Partnerschaften im Vordergrund. Doch ein Erlebnis entsteht nicht allein aus dem, was Gäste sehen, sondern ebenso aus dem, was sie hören, fühlen und olfaktorisch wahrnehmen. Düfte, Materialien, Geräusche und Musik unterstützen das visuell Wahrnehmbare und formen das individuelle Erlebnis jedes Gastes.

Eine nicht zu unterschätzende Komponente sind dabei die auditiven Elemente: Jeder Ton, jedes Geräusch trifft bestimmte Bereiche des Gehirns und beeinflusst, wie ein Ort wahrgenommen und erinnert wird. Der Soundtrack eines Themenbereichs bestimmt somit auch darüber, wie eine Attraktion oder Erlebniswelt antizipiert wird (vgl. zum Thema Sounddesign auch *EAP 1/2025*: „Damit der Ton sitzt!“). Komponisten und Sounddesigner gehören zu den Hidden Champions moderner Freizeitpark-Erlebnisse, denn ihre Arbeit ist weniger sichtbar als Architektur, Thematisierung oder Ride-Technologie, prägt aber wesentlich Atmosphäre, Emotion und Erinnerung.

Zum Beispiel: Monaco

Die offizielle Einweihung des neuen Themenbereichs Monaco im *Europa-Park* hat zuletzt gezeigt, wie viele Ebenen bei der Entwicklung einer Themenwelt zusammenspielen. Inspiriert vom Fürstentum an der Côte d'Azur, verbindet der 18. europäische Themenbereich des Parks mediterranes Flair, Casino-Monte-Carlo-Motive, Zirkusbezüge sowie Formell-Atmosphäre durch die Einbindung der Achterbahn „Silver Star“. Neben Architektur, Gestaltung und der Partnerschaft mit dem Fürstenhaus gehört dazu auch jene Ebene, die im Besuchererlebnis oft unbewusst wirkt: der Soundtrack.



Die Musik für den neuen Themenbereich „Monaco“ im Europa-Park stammt aus den 2112 Studios.

„Musik ist das Erste, was einen emotional trifft, bevor der Verstand das Geschehene überhaupt eingeordnet hat“, betont *Michael Mack*, geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Parks sowie Gründer und CEO von *MACK One*. „Architektur, Design, Technologie... das alles kann man bewusst wahrnehmen und bewerten. Musik wirkt direkt. Sie ist das Bindegewebe, das aus all diesen Einzelteilen ein stimmiges Erlebnis macht. Und sie ist das, was bleibt – vor allem im Kopf, auch Tage nach dem Besuch.“

2112 Studios

Einer der Orte, an denen solche Klangwelten entstehen, sind die *2112 Studios*. Das hauseigene Musikstudio von *MACK One* ist eng in den kreativen Mack-Kosmos eingebunden und arbeitet mit einem klaren Schwerpunkt auf Musikproduktion, Sounddesign und Audio-Branding. Die Marke „2112“ ist im Umfeld der Mack Unternehmensgruppe zwar bereits seit mehreren Jahren präsent, unter anderem im Zusammenhang mit Film-, Entertainment- und eben Musikproduktionen – seit Frühjahr 2024 allerdings verstärkt unter dem Brand „2112 Studios“.

Ein wichtiger Meilenstein dazu folgte Anfang 2025 mit der Umsetzung eines Musikproduktionsstudios mitten im Euro-



Sebastian Kübler, Lead Composer und Sound Designer bei 2112 Studios, empfindet es als deutlichen Vorteil, den kreativen Prozess inmitten von Attraktionen und Themenpark-lair umsetzen zu können.

pa-Park. Lead Composer und Sounddesigner bei 2112 Studios ist *Sebastian Kübler*, der über 15 Jahre Erfahrung in der Komposition von Freizeitparkmusik mitbringt. Bereits 2009 gründete Sebastian gemeinsam mit seinem Bruder *Andreas Kübler*, der seit 2023 mit seiner neuen Firma *Audiogazer* Soundtracks für Kunden in aller Welt produziert, und *Xaver Willebrand* das Musikproduktionsstudio *IMAscore*, bevor er 2024 in Rust bei 2112 durchstartete. Aktuell arbeitet mit Sebastian Kübler für die verschiedenen Produktionen der 2112 Studios ein festes sechsköpfiges Kernteam, das je nach Projektgröße durch ein internationales Netzwerk aus Solisten, Sprechern und weiteren Kreativpartnern ergänzt wird.

Hier spielt die Musik

Eine besondere Stärke von 2112 Studios liege, so Sebastian Kübler, im Standort: Das Studio befindet sich mitten im Europa-Park. Musik entsteht hier in unmittelbarer Nähe zu Attraktionen, Themenbereichen und realen Besuchererlebnissen – und kann quasi dort getestet werden, wo sie später wirken soll. „Man kann direkt miterleben, wie wirkt so ein Musikstück vor Ort, funktioniert es, funktioniert es nicht“, so Kübler. Auch kreativ spiele die Umgebung eine Rolle: „Die Musik entsteht zwischen Achterbahnen und nicht weit weg vom Park.“ Die Nähe zum Erlebnisraum macht den Park selbst damit zu einem Teil des kreativen Prozesses.

Dabei unterscheidet sich Musik für Freizeitparks deutlich von klassischer Film-, Werbe- oder Medienmusik. Sie muss in Themenbereichen, Warteschlangen und Attraktionen wirken, häufig über lange Zeiträume und bei permanenter Wiederholung. Loops dürfen nicht ermüden, Übergänge müssen stimmig bleiben, und die Musik muss sich mit Besucherstimmen, Fahrgeräuschen, Effekten und betrieblichen Abläufen verbinden. „Ich glaube, viele Producer, die jetzt anfangen, wissen nicht unbedingt, was es bedeutet, für eine Warteschlange Musik zu schreiben“, sagt Kübler. Während die technische Seite des Klangerlebnisses ein eigenes komplexes Feld ist, beginnt die emotionale Wirkung oft bereits bei der Komposition.

Präzision und kulturelle Relevanz

Wie sich dieser Ansatz in einem konkreten Parkbereich niederschlägt, zeigt der bereits erwähnte Themenbereich Monaco: „Monaco ist räumlich kompakt, muss aber eine sehr große Identität tragen. Das kann man nicht allein über Fassaden lösen“, erklärt Michael Mack. „Die 2112 Studios haben mit Live-Musikern eingespielt. Warm, echt, sommerlich. Und genau das macht den Unterschied: Live-Einspielungen haben eine menschliche Komponente, die man spürt. In einem kleinen Bereich braucht man keine Lautstärke, sondern Präzision. Die Musik vergrößert den Raum emotional, was auch für andere Parks mit Platzbeschränkung enorm spannend ist.“ Die Musik für den Themenbereich ist auch auf Streamingplattformen verfügbar. Damit endet das Klangerlebnis nicht zwangsläufig am Parkausgang. Gäste können die Musik weiterhören, Erinnerungen an den Besuch abrufen und die Atmosphäre des Themenbereichs auch außerhalb des Parks erleben.

Dass Freizeitparkmusik zunehmend über ihren ursprünglichen Nutzungskontext hinaus wahrgenommen wird, zeigte zuletzt auch das Konzert „Coasters in Concert“, bei dem Soundtracks aus dem Europa-Park und weiteren Freizeitparks live aufgeführt wurden (vgl. EAP-News v. 16.6.26). „Wenn die Hannoverschen Symphoniker Europa-Park-Soundtracks im ausverkauften NDR-Sendesaal spielen, dann hat unsere Musik kulturelle Relevanz gewonnen, die weit über den Park hinausgeht“, so Michael Mack.



Die beiden Komponisten und Brüder Andreas (li., Audiogazer) und Sebastian Kübler (mi.) konnten bei „Coasters in Concert“ im ausverkauften NDR-Sendesaal viele ihrer Kompositionen für Freizeitparks präsentieren.



Ein stylischer Arbeitsplatz – Sebastian Kübler in seinem standesgemäß eingerichteten Studio mitten im Park.

Memorable Verbindungen

„Auf Streaming-Plattformen passiert etwas Ähnliches: Die Musik hält die emotionale Bindung lebendig, ohne dass wir dafür werben müssen“, erklärt Michael Mack. Wie stark Musik mit Attraktionen und Erinnerungen verbunden ist, zeigt sich derzeit auch an den Diskussionen rund um den Soundtrack der „Euro-Mir“. Viele Fans verbinden die Attraktion eng mit ihrer ikonischen Musik und befürchten, dass diese im Zuge der angekündigten Neugestaltung des Bereichs verloren gehen könnte. Für Mack zeigt gerade dieses Beispiel, welchen emotionalen Wert Freizeitparkmusik entwickeln kann: „Die Musik gibt dem Bestand ihren Wert und ich glaube, Themenpark-Musik kann denselben Stellenwert erreichen wie Filmmusik. Wir stehen da noch ganz am Anfang.“

In den 2112 Studios weiß man: „Musik und Sound müssen von Anfang an in die Entwicklung neuer Bereiche eingebunden sein – nicht am Ende draufgesetzt“ und in dieser Haltung ist das Studio als Anbieter für Musik, Sounddesign, Audio-Branding und audiovisuelle Dienstleistungen aktiv. Zu den aktuellen und jüngeren Projekten – neben den Produktionen für den Europa-Park selbst – zählen unter anderem der Tourtrailer, die VR Experience und der Tour-Opener für DJ BOBOs „The Great Adventure“ Europe Tour 2026, ebenso eine exklusive Musikproduktion und das Audio-Branding für das Althoff Collection-Hotel „The Florentin“, der Jubiläumssong zum 30. Fantasia-Geburtstag sowie Musik und Sounddesign der Showvideos für zwei Touren des Künstlers Tream. „Was mich dabei besonders freut: Das Interesse kommt längst nicht nur aus unserem eigenen Ökosystem“, so Mack, sondern Musik und Sounddesign seien auch weit darüber hinaus in Hotel-, Show- und Medienproduktionen als Teil eines ganzheitlichen Erlebnisses gefragt. Deshalb sind die 2112 Studios „inzwischen weit mehr als ein reines Musikstudio. Als eigenständiges Studio bieten wir audiovisu-

elle Dienstleistungen an und mit Standorten in Straßburg und London sind wir dabei nah an unseren Kunden dran“, erläutert Mack, der aktuell das Leistungsspektrum über reine Audioproduktionen hinaus ausbaut.

Musik im Freizeitpark sollte heute längst nicht mehr nur als Begleitung verstanden werden. Sie wird vielmehr Teil der Identität eines Ortes, Teil des Storytellings und zunehmend auch Teil einer Markenwelt, die über den Park hinausreicht. Soundtracks können viel mehr sein als atmosphärischer Hintergrund: Idealerweise werden sie zu einem prägenden Bestandteil des Gesamterlebnisses. (LSP)



Composed Among Coasters

This Is Where The Magic Happens!

Hidden champions of experience worlds

When it comes to new themed areas, the focus is usually on architecture, design, the choice of attraction and partnerships. However, an experience is created not only by what guests see, but just as much by what they hear, feel and smell. Scents, materials, sounds and music complement the visual elements and shape each guest's individual experience.



Für DJ BOBOs „The Great Adventure“ Tour 2026 lieferten die 2112 Studios z.B. Musik für den Tourtrailer, die VR Experience und den Tour-Opener.

© Europa-Park



© Julian Huke, mit freundlicher Genehmigung von GLP

Der Soundtrack der im letzten Jahr eröffneten Attraktion „Grand Prix EDventure“ stammt aus den hauseigenen 2112 Studios.

since spring 2024 it has been increasingly promoted under the “2112 Studios” brand.

An important milestone in this respect followed in early 2025 with the opening of a music production studio right in the heart of Europa-Park. The lead composer and sound designer at 2112 Studios is Sebastian Kübler, who boasts over 15 years of experience composing music for amusement parks. Before getting started at 2112 in Rust in 2024, back in 2009 Sebastian founded the IMAScore music production studio together with his brother Andreas Kübler – who has been producing soundtracks for clients around the world with his new company, Audiogazer, since 2023 – and Xaver Willebrand. A core team of six currently works with Sebastian Kübler on the various productions at 2112 Studios.

One aspect that should not be underestimated is the auditory component: every sound and every noise stimulates specific areas of the brain, and influences how a place is perceived and remembered. The soundtrack of a themed area therefore also determines how an attraction or themed world is anticipated (on the subject of sound design, see also EAP 1/2025: “Creating That Perfect Sound!”). Composers and sound designers are among the hidden champions of the modern theme park experience: although their work may be less visible than the architecture, theming or ride technology, it plays a key role in shaping atmosphere, emotions and memories.

Taking Monaco as an example

The official opening of the new Monaco themed area at Europa-Park recently demonstrated just how many factors come into play in the development of a themed world. Inspired by the principality on the Côte d’Azur, the park’s 18th European themed area combines Mediterranean flair, Monte Carlo casino motifs, circus elements and – thanks to the inclusion of the “Silver Star” roller coaster – a Formula 1 atmosphere. In addition to the architecture, design and partnership with the principality, this also includes an element that often influences the visitor experience subconsciously: the soundtrack.

“Music is the first thing that touches you emotionally, before your mind has even processed what you’ve seen,” emphasizes Michael Mack, managing partner of Europa-Park and founder and CEO of MACK One. “Architecture, design, technology... these are all things you can consciously perceive and evaluate. Music has a direct effect, however. It’s the connective tissue that weaves all these individual elements into a cohesive experience. And it’s what stays with you – especially in your mind, even days after your visit.”

2112 Studios

One of the places where such soundscapes are created is 2112 Studios. MACK One’s in-house music studio is closely integrated into the creative Mack universe and focuses specifically on music production, sound design and audio branding. Although the “2112” brand has been associated with the Mack group for several years now, particularly in connection with film, entertainment and music productions,

This is where the magic happens

According to Sebastian Kübler, one of the particular strengths of 2112 Studios lies in its location: the studio is situated right in the heart of Europa-Park. Music is created here in close proximity to the actual attractions, themed areas and real visitor experiences – and can essentially be tested right where it will later be heard. This proximity to the park’s attractions makes the park itself an integral part of the creative process.

Music for amusement parks differs significantly from traditional film, advertising or media music. It must be effective in themed areas, queues and the attractions themselves – often over long periods of time and with constant repetition. Loops must not become tiresome, transitions must remain seamless, and the music needs to blend with visitors’ voices, ride noises, sound effects and operational processes. “I think many producers who are just starting out don’t necessarily know what it means to write music for a queue of people,” says Sebastian Kübler. While the technical side of the sound experience is a complex field in its own right, the emotional impact often begins right at the composition stage.

Precision and cultural relevance

The previously mentioned Monaco themed area illustrates how this approach plays out in a specific part of the park: “Monaco is compact in terms of space, but it has to convey a very strong sense of identity. You can’t achieve that through facades alone,” explains Michael Mack. “2112 Studios record sessions with live musicians. Warm, authentic, summery, and that’s exactly what makes the difference: Live recordings have a human element that you can really feel. In a compact area it’s not volume you need, but precision. The music creates emotional spaciousness, which is also highly

relevant for other parks with limited space."

The music for the themed area is also available on streaming platforms. This means the audio experience doesn't necessarily end at the park exit. Guests can continue listening to the music, relive memories of their visit, and experience the atmosphere of the themed area even outside the park. The fact that amusement park music is increasingly being appreciated beyond its original context was most recently demonstrated by the "Coasters in Concert" event, at which soundtracks from Europa-Park and other amusement parks were performed live (see EAP-News, 16/6/2026). "When the Hanover Symphony Orchestra performs Europa-Park soundtracks in the sold-out NDR broadcasting hall, our music has gained cultural relevance that extends far beyond the park," says Michael Mack.

Memorable connections

"Something similar happens on streaming platforms: Music keeps the emotional connection alive without us having to promote it," explains Michael Mack. Just how strongly music is linked to attractions and memories is also evident in the current discussions surrounding the "Euro-Mir" soundtrack. Many fans closely associate the attraction with its iconic music, and fear that it might be lost as part of the announced redesign of the area. For Mack, this example in particular illustrates the emotional value that amusement park music can develop: "The music gives the attraction its value, and I believe theme park music can achieve the same status as film music. We're still just at the very beginning of the process."

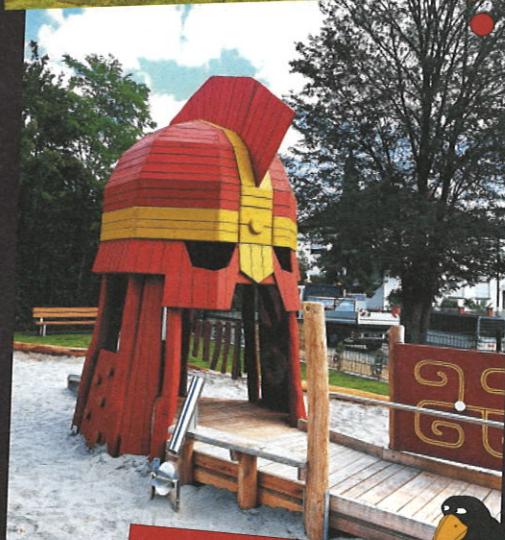
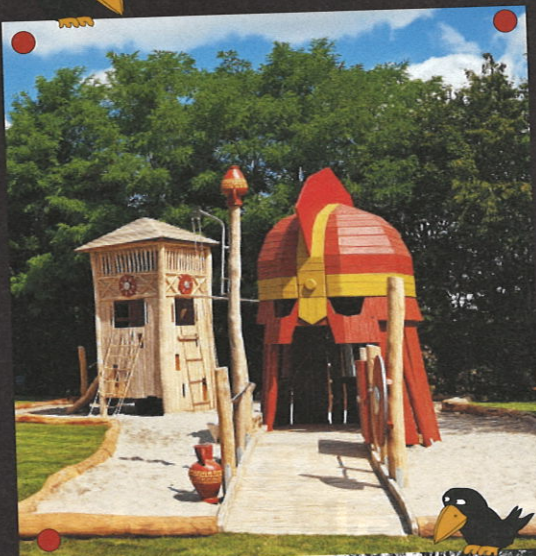
At 2112 Studios they know that "music and sound have to be integrated into the development of new areas from the very beginning – not just tacked on at the end," and with this philosophy in mind, the studio operates as a provider of music, sound design, audio branding and audio-visual services. Current and recent projects – in addition to productions for Europa-Park itself – include the tour trailer, VR experience and tour opener for DJ BOBO's "The Great Adventure" 2026 Europe Tour, as well as an exclusive music production and audio branding for the Althoff Collection hotel "The Florentin," a song celebrating the 30th anniversary of Fantasia, as well as the music and sound design for the show videos of two tours by the artist Tream. "What makes me particularly happy about this is that the interest is by no means limited to our own ecosystem," says Mack. In fact, music and sound design are also in demand far beyond this in hotel, show and media productions as part of a holistic experience. That's why 2112 Studios "is now much more than just a music studio. As an independent studio, we offer audio-visual services, and with locations in Strasbourg and London, we're close to our clients," explains Mack, who is currently expanding the range of services beyond pure audio production.

Today, music in amusement parks should no longer be regarded as merely background music. It has become an integral part of a venue's identity, part of its storytelling and, increasingly, part of a brand universe that extends well beyond the park.

spielart GmbH

Präsentiert:
"Römerwelt"

NEW!



Besuchen Sie uns zur
GaLaBau Nürnberg 15.-18.09.2026
Halle 1/Stand 1-311



Römerspielplatz, Brühl

www.spielart-laucha.de