

Sound Branding

3. G·E·M Forum am 16. November 2010, Berlin

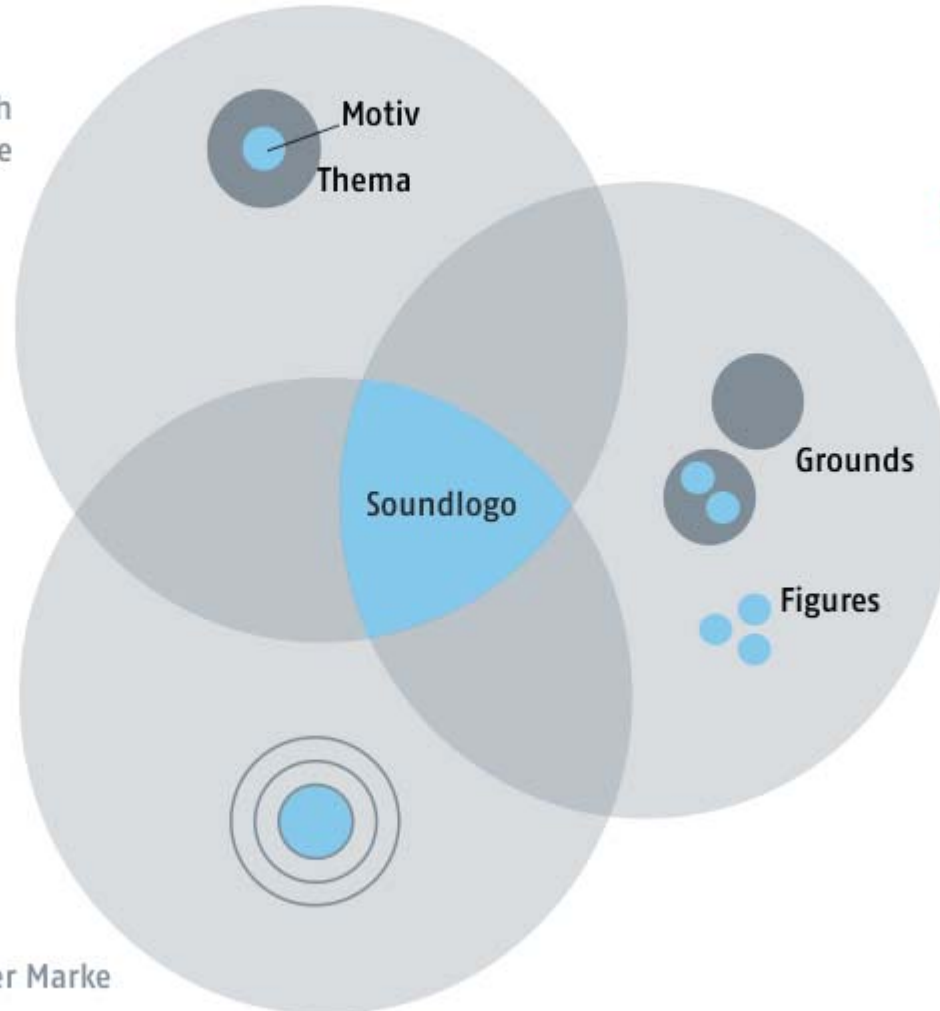
Prof. Carl-Frank Westermann

MetaDesign /
Sound Studies, Universität der Künste Berlin

Die Sound-Branding-Elemente

Brand Music

- die strategisch für eine Marke konzipierte Musik



Brand Soundscape

- Klangatmosphäre einer Marke

Brand Voice

- die Stimme der Marke



007

James Bond Musik ist Motiv gestützte Brand Music

Soundscape New York

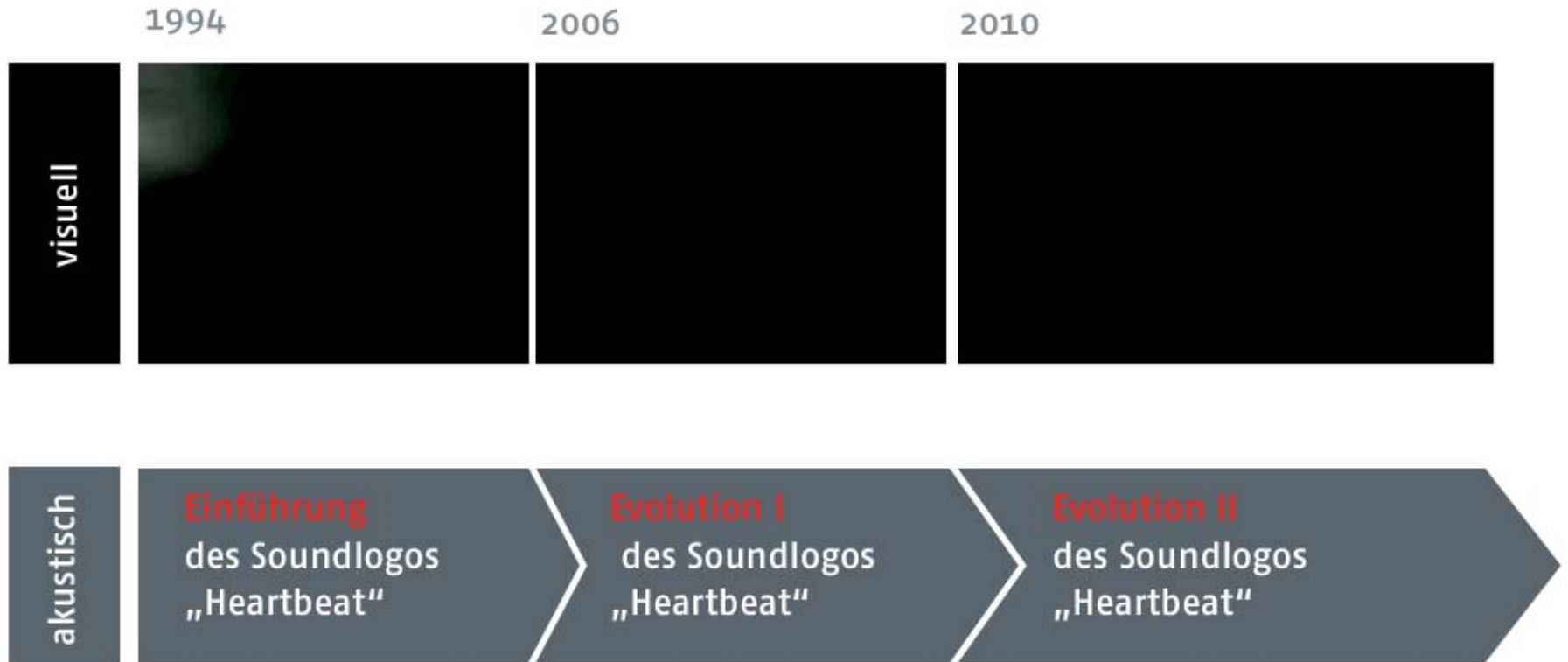


Jede Stadt, jeder Ort, jeder Raum verfügt über eine spezifische Klangatmosphäre



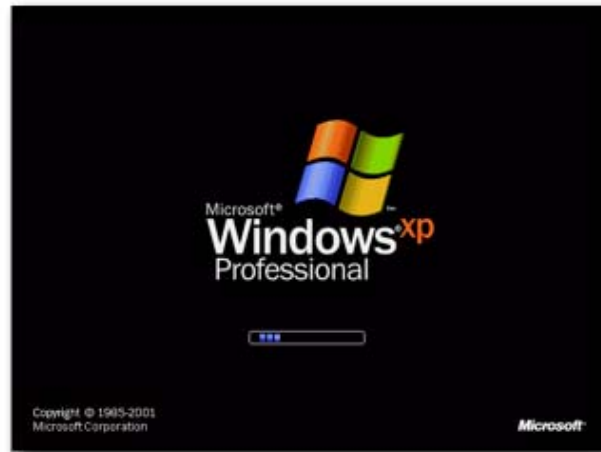
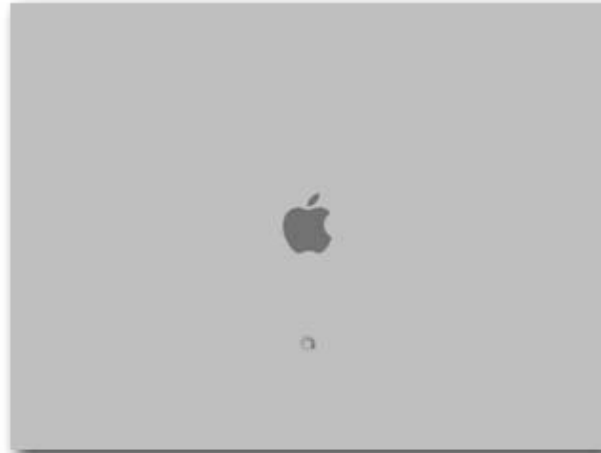
Die Stimme der Marke MGM heißt: Gut gebrüllt Löwe

Soundlogo „Heartbeat“ – eine Evolution



Die Evolution des Soundlogos von Audi (das auditive Markenguthaben von Audi)

Starttöne Apple/Windows



Strategisch positionierte Starttöne. Einer für alle (Apple). Immer wieder neu (Windows)



There's no better way to fly.

Lufthansa



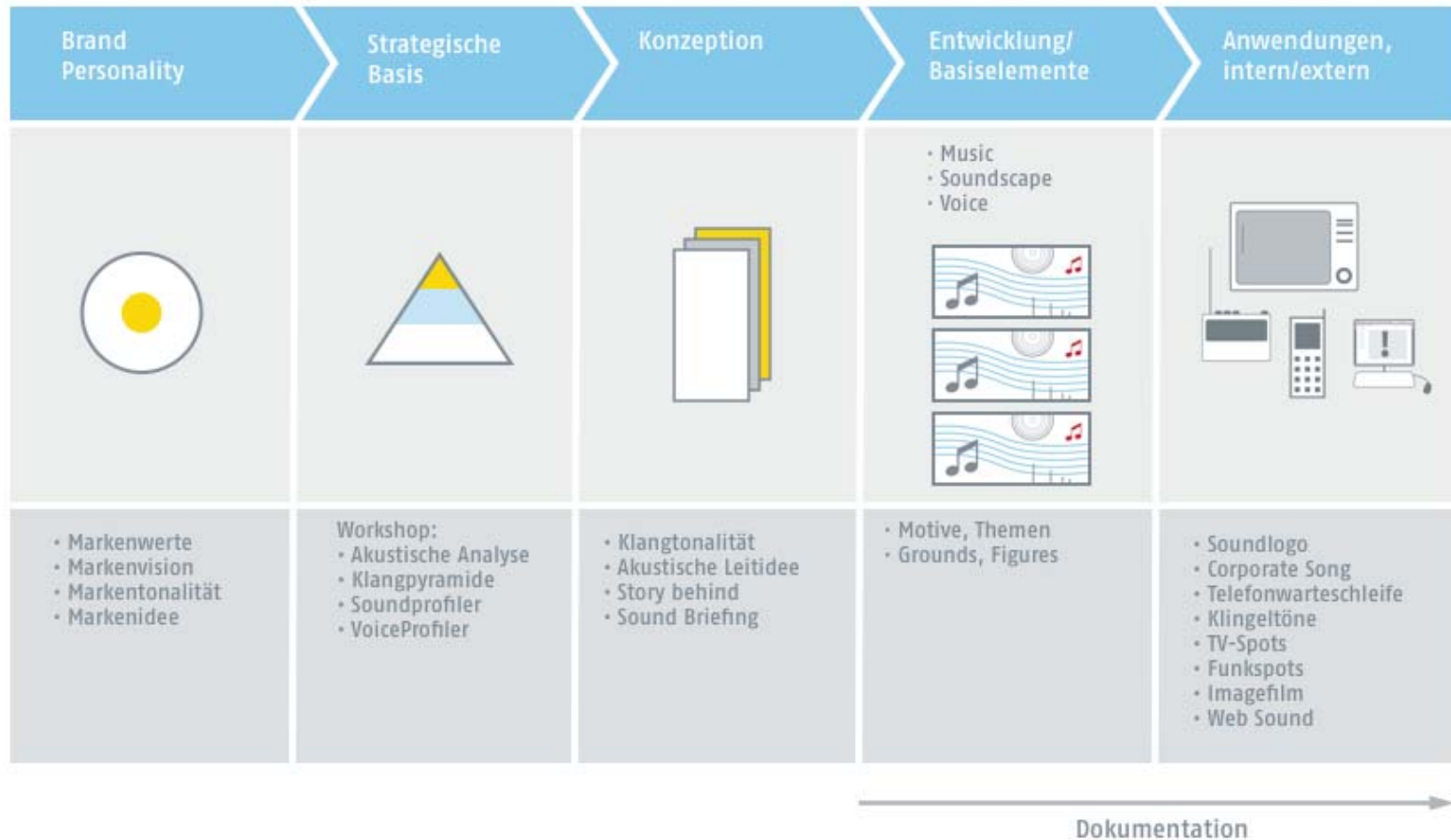
A380
Be part of it

Home Dabei sein Erleben Mehr erfahren



Der Lufthansa Airbus 380 online präsentiert auf der Tonspur mit einem eigens komponierten Soundscape der Lufthansa

Der Sound Branding Prozess



Sound Branding muss immer aus der Marke heraus entwickelt werden