

Audio Branding – der Klang Ihrer Marke im Film

Home » Blog » Audio Branding – der Klang Ihrer Marke im Film » Audio Branding – der Klang Ihrer Marke im Film



Audio Branding – der Klang Ihrer Marke im Film

Audio Branding

Audio Branding (englisch *to brand*: „aufbrennen“, „brandmarken“) ist das sprichwörtliche Einbrennen auditiver Sinneseindrücke. Dies umfasst Musik, Geräusche, Klänge und Stimmen. Unterscheiden lassen sich verschiedene Audio Branding Elemente, wie zum Beispiel Audiologo, Jingle, Soundscape, etc. Im Vordergrund steht bei allen die **Wiedererkennbarkeit** des Auditiven, und somit Ihrer Marke.

Durch mehrmaliges Hören einer **Melodie**, eines **Klanges**, einer **Stimme** oder eines bestimmten **Geräuschs** wird dieses unterbewusst einem Produkt wie auch der dazugehörigen Marke zugeordnet. Dieser Vorgang ist offensichtlich und auch jedem aus der eigenen Erfahrung bekannt, selbst ohne die tatsächliche Bedeutung und Funktionsweise von Audio Branding bewusst und aktiv zu kennen.

Das Gehörte wird direkt mit der Marke in Verbindung gebracht

Begegnen uns bestimmte Melodien immer wieder, prägen sich diese ein und werden wiedererkannt. So kennt wohl jeder die Tonfolge der Telekom, den Jingle von Haribo oder das Becks Werbelied „Sail away“. Das Gehörte wird direkt mit der Marke in Verbindung gebracht.

Die Wirkung des Audio Branding multipliziert sich um ein Vielfaches in Kombination mit dem Bewegtbild, sprich Ihrem Unternehmensfilm, Ihrem Werbeclip und jedwedem Ihrer audiovisuellen Medienprodukte.

Ihre Marke im Film unterstützen

Audio Branding wertet Ihren gesamten Film auf und führt zu einer besseren Wiedererkennbarkeit. So wird durch Audio Branding zum Beispiel das visuelle Logo durch das Auditive ergänzt. Beide sind idealerweise unverwechselbar und einprägsam. Ziel ist es, Ihre **Marke durch das Auditive zu unterstützen**.

Audio Branding Elemente werden ganz speziell für Ihre Marke konzipiert und Ihre Marke wird so hörbar gemacht.

Eingesetzt wird der wiedererkennbare Klang Ihrer Marke um Ihre erfolgreiche **Kommunikation nachhaltig zu stärken**. Durch die sinnliche Aktivierung des Auditiven im Rahmen Ihres Audio Branding, verbinden Sie auf emotionalste die Menschen mit Ihrem Produkt, Ihrer Marke wie auch Ihrem Unternehmen als solches.

Audio Branding Elemente

Audio Branding Elemente **unterstützen Ihren Film** insbesondere dadurch, dass sie auf den Punkt genau und zielgerichtet identitätsstiftende, auditive Marker setzen, die wiederum im kollektiven Zuschauerbewusstsein langfristig verankert und erinnert werden. Es gibt eine Vielzahl von Audio Branding Elementen, wovon jedes

Meistgelesene Artikel

Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms

Messefilm Frankfurt

Jubiläum Grußbotschaft – Film

Kommunikationsform Film

Vorbeugender Schutz vor YouTube-Abmahnung

Letzte Artikel

Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm

Employer-Branding-Film – Attraktiver durch Ihre Arbeitgebermarke

Forschungsvorhaben Videodokumentation – Wissenschaft im Film darstellen

Website-Erklärfilm: Ihre Website einfach erklärt

Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film

Letzte Kommentare

Codes in der Filmproduktion bei Kommunikationsform Film

Jobstory - Filmproduktion speziell für die Baumaschinenindustrie bei Portfolio

Feature Driven Movie - Produktfilm 2.0 bei Portfolio

Projektorganisation in der Filmproduktion: Der Drehplan bei Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch

Destination Video - Aktuelle Filmproduktion in der Türkei bei Destination Videos – Produktion Ihres Reisefilms

Follow Us on



spezifische Funktionen erfüllt.

Zu diesen Elementen zählen unter anderem:

- Audiologo
- Jingle
- Soundscape
- Werbesong
- Sprache

Einprägsam und wiedererkennbar – Ihr Audiologo in Ihrem Film

Stellen Sie sich Ihr Audiologo als akustisches Äquivalent, sozusagen als **hörbares Markenzeichen**, zu Ihrem aktuell existierenden Firmenlogo vor. Dieses kann eine Melodie, ein Klang, eine Stimme oder ein Geräusch sein, wobei Melodien am leichtesten erinnert werden.

Das Audiologo erscheint, sofern es in einem Film eingesetzt wird, meist am Ende des Spots parallel zum visuellen Logo, weshalb es erfolgsentscheidend ist, dass beide aufeinander abgestimmt sind.

Ihr Audiologo definiert, wie auch Ihr visuelles Logo, die Identität Ihres Unternehmens und muss somit **einprägsam und wiedererkennbar** gestaltet sein.

Vom Audiologo zur auditiven Identität

Über Ihr Audiologo hinaus kann Sprache als identitätsstiftendes Trägermedium für Ihren Film eingesetzt werden. Denn die **Sprache bzw. Stimme** ist Träger von Information sowie Emotion. Durch Sprache, insbesondere eine markante Stimme, wird Aufmerksamkeit fokussiert, wird Individualität und Persönlichkeit ausgedrückt. Die passende Stimme gibt Ihrer **Marke einen unverwechselbaren Charakter**.

Beliebt sind insbesondere bekannte Synchronsprecher, deren Stimme in der breiten Öffentlichkeit direkt wiedererkannt wird. Als Unternehmen bieten Ihnen diese Stimmen einen klaren Vorteil: der Konsument kennt sie, sie sind gelernt und wirken vertraut. Darüber hinaus werden sie mit dem „Star“ in Verbindung gebracht und übertragen dessen positiv besetztes Image auf Ihr Unternehmen.

Da diese Stimmen viele Facetten haben muss für Ihr Filmprojekt gezielt die Stimme ausgewählt werden, die den Charakter Ihres Unternehmens am besten zum Ausdruck bringt.

Auf der Suche nach der passenden Stimme finden Sie zum Beispiel bei *sprechersprecher* Sprecher, Native Speaker und Synchronsprecher.

Praxisbeispiel Audio Branding im Film

Filmproduktion von Aspekteins mit der Stimme von Robert Redford (Christian Schult):

Weghören geht nicht

Vergessen dürfen Sie nicht: Weghören ist nicht möglich, denn man kann nicht nicht hören. Die positive Absicht kann sich zum Gegenteil verkehren, wenn dem Zuschauer nicht gefällt, was er hört. Für Ihre Kommunikationsziele ist es entscheidend, die passende Stimme, die passende Melodie wie auch das passende Geräusch zu finden.

So fügen sich die akustischen wie auch die visuellen Sinneseindrücke in Ihrem Film zu einem überzeugenden Gesamtbild zusammen.

Als **wichtiger Teil Ihrer Corporate Identity** verdient Audio Branding besondere Aufmerksamkeit. Wir unterstützen Sie dabei, ein passendes Audio Branding zu entwickeln und somit Ihre Marke wie auch Ihr Unternehmen zu positionieren. Insbesondere in Ihrem Film ist der Einsatz von Audio Branding unabdingbar und verstärkt die Wirkung Ihres Films.

Der Weg zu Ihrem Audio Branding

- Erstberatung durch Agentur – nehmen Sie gerne mit uns Kontakt auf
- Klärung grundsätzlicher Fragen
 - Audiologo, Jingle, Soundscape, Sprache oder Werbesong?
 - Definition des Verwendungszwecks (Radio, TV, Internet, etc.)
- Intensive Auseinandersetzung mit Ihrer Marke
 - Herausarbeiten Ihrer Markenwerte
 - Definition Ihrer Kommunikationsziele
 - Abgrenzung zu anderen Unternehmen
- Kreation und Komposition, akustische Leitidee
 - Stimmfarbe
 - Klangfarbe
 - Rhythmus
 - Musikstil
- Akustische Umsetzung der Leitidee
- Einsatz Ihres Audio Branding
 - Einbindung in Ihren Medienmix

Gerne unterstützen wir Sie als professioneller Partner auf Ihrem Weg zum eigenen Audio Branding. Wir freuen uns von Ihnen zu *hören!*

Zur Kontaktaufnahme für Ihr Audio Branding & Filmproduktion bitte hier klicken

Bildrechte: © FotoLL – Fotolia.com

Bearbeiten

Über den Author

Sonja Renner

Ähnliche Posts



Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm
3. April 2014



Forschungsvorhaben Videodokumentation – Wissenschaft im Film darstellen
26. März 2014



Website-Erklärfilm: Ihre Website einfach erklärt
26. März 2014

Beliebte Posts



Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms
21. Januar 2014



Messefilm Frankfurt
18. Juni 2012



Jubiläum Grußbotschaft – Film
23. Dezember 2013

← Augmented Reality: Interaktivität mit Video

Event Dokumentation Videoreportage →