

# GROVES Sound Branding

Your Sound. Everywhere. Always.

“...damit Ihre Kunden Sie hören!”

## Gehör schaffen

Eine Markenidentität wird oft als rein visuelle Angelegenheit betrachtet - denkt man jedoch genauer darüber nach - ist sie viel mehr. Marken und Unternehmen zeigen sich in einer viel breiteren Facette, z.B. Architektur, Verhalten, Sprache und Klang.

Klang, besonders Musik, ist ein wirkungsvoller Auslöser für die Wahrnehmungssteuerung. Abseits davon unsere Emotionen direkt anzusprechen, kann Musik Erinnerungen erwecken und Assoziationen bilden: Zu einer Ära, einem Land oder einer Marke.

Neueste Studien liefern Belege dafür, dass Musik sogar die Kraft hat unser Qualitätsempfinden zu beeinflussen und Kaufentscheidungen zu steuern. Dies macht die kontrollierte und strategische Nutzung von Musik noch wichtiger.

## Was ist Sound Branding?

Im Grunde, ist Sound Branding die Nutzung von Klang und Musik als Werkzeug zur Schaffung von Aufmerksamkeit und Wiedererkennbarkeit - in gleicher Art und Weise, wie wir es mit visuellen Gestaltungselementen tun.

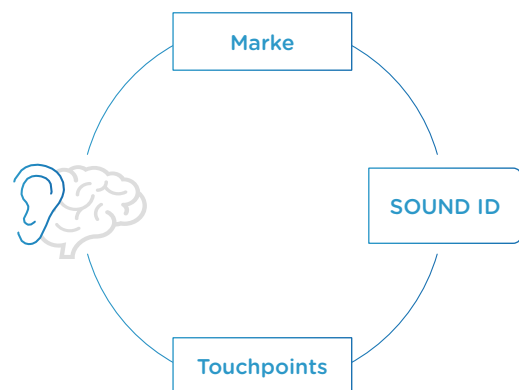
Wichtig: Es geht hierbei nicht um die einmalige Nutzung eines bestimmten Musikstücks für eine Werbekampagne oder einen TV-Spot, sondern um die konstante Nutzung von Klangelementen in allen Medien und Touchpoints zwecks Identifikation über den Sinn des Hörens.

## Wie es funktioniert

Sound Branding folgt einem strukturierten System - in Bezug auf Entwicklung aber auch Implementierung. Markenattribute werden dabei in die auditive Ebene übersetzt und konsistent über alle Markenberührungspunkte kommuniziert.

Der häufig unkoordinierte Einsatz von Musik wird dabei durch maßgeschneiderte Markenklangsignale ersetzt.

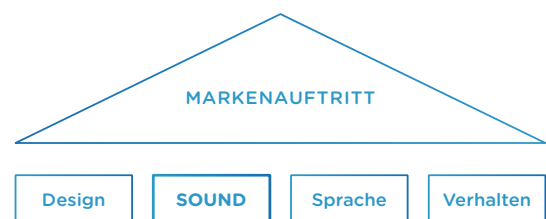
Diese Signale stellen die akustische Erkennbarkeit aber auch eine Unterscheidbarkeit zum Wettbewerb sicher.



## Wo gliedert sich Sound Branding ein

Die Sound Identität transportiert Charakter und Attribute der Marke. Ihre Entwicklung wird durch objektive Design- und Bewertungskriterien gestützt.

Durch den konsequenten Einsatz der Elemente steigert die Sound-Identität nachweisbar den Markenwert und wird zum festen Bestandteil der Markenidentität.



# GROVES Sound Branding

## Entwicklung und Management von Sound Identitäten

### Wer ist GROVES

GROVES gilt als Spezialist im Bereich Unternehmens- und Marken- Klang und hat den Sound einer Vielzahl regionaler, nationaler und internationaler Marken geprägt.

Aufgrund der wachsenden Nachfrage nach fachkundiger Beratung, wurde der Bereich GROVES Sound Branding geschaffen, der sich speziell mit Entwicklung und Management von Sound Identitäten befasst. Als Pionier in diesem Feld, ist unsere Methodik bereits zu einer Art Branchenstandard avanciert. Mehr über unser System auf [www.groves.de](http://www.groves.de)

### Mission statement

Das Ziel von GROVES ist Entwicklung und Management von unverwechselbaren Sound Identitäten, welche auf konsistentem Wege, Wiedererkennung und Differenzierung bieten sowie die Werte einer Marke effektiv und effizient vermitteln. Es gilt den auditiven Kanal einer Marke qualitativ zu erweitern - ihm die gleiche Aufmerksamkeit zu schenken, wie seinem visuellen Pendant.

Das Konzept von Sound Branding:

**"Your Sound. Everywhere. Always."**

- **Your Sound** - passt zu den Markenattributen und differenziert die Marke von ihren Wettbewerbern  
[Brand Audit und Market Review]
- **Everywhere** - Nutzung in allen Markenberührungspunkten  
[Applications Analysis and Brand Sound Guidelines]
- **Always** - konsistente Nutzung über Zeit  
[Sound Tracking]

### GROVES System zur Entwicklung von akustischen Markenidentitäten



#### Referenzen

- |                 |                |                 |               |              |
|-----------------|----------------|-----------------|---------------|--------------|
| • Aegon         | • CEWE         | • Kerrygold     | • Milka       | • Sony       |
| • Audi          | • Datev eG     | • KIA           | • NIVEA       | • TUI        |
| • Bacardi       | • Dea          | • Knorr         | • Olympus     | • Teekanne   |
| • BerlinerKindl | • EDEKA        | • LBS           | • Philips     | • Toyota     |
| • BMW           | • EnBW         | • McDonalds     | • PUMA        | • Verpoorten |
| • bonprix       | • Gerolsteiner | • Melitta       | • Ramazzotti  | • Visa       |
| • BfR           | • Gigaset      | • Mentos        | • Siemens     | • Warsteiner |
| • Continentale  | • Jacobs       | • Mercedes Benz | • Smyths Toys | • Wrigleys   |

mehr auf [www.groves.de](http://www.groves.de)