

PRESSE NEWS

Markensound Allgäu: hörbare Markenwerte erzeugen Emotionen. Drei verschiedene Tracks, einzelne Sound-Elemente und Allgäu Music Mixer komplementieren das Erscheinungsbild der Marke Allgäu.

Kempton (AG, 22.05.2022) – Original, traditionell oder progressiv: Ab sofort stehen drei Varianten des dreiminütigen Markensounds Allgäu sowie kurze Funktionsklänge wie etwa der Klingelton Alp oder der Wellness Wecker zur Verfügung. Im Rahmen des Projekts Regionale Identität ist die Marke Allgäu nun in ein akustisches Erscheinungsbild übersetzt worden. Verschiedene musikalische Elemente stehen für die Merkmale der Marke und ergeben den charakteristischen Klang des Markensound Allgäu. Die drei Klangbilder stehen ab sofort unter markensound.allgaeu.de zum Download zur Verfügung. Markenpartner und -Partnerinnen können zusätzlich den Allgäu Music Mixer für ihre eigenen Bedürfnisse nutzen. So können unterschiedliche Variationen der Marken-Tracks individuell gemixt und viele verschiedene musikalische Stimmungen erzeugt werden. Sie sind anwendbar für alle Bereiche der modernen Kommunikation: Etwa für die musikalische Untermalung von Videos, für Reels bei Instagram, für Telefonanlagen oder einfach nur als Klingelton auf dem Handy. „Melodien und Töne erzeugen Gefühle, sie sprechen Herz und Hirn an. Mit dem neuen Markensound Allgäu ist es uns gelungen, Emotion zu erzeugen. Mehr als es die Wort-Bild-Marke, die weiße Schrift im blauen Quadrat, es vermag. Der Markensound Allgäu steht ab sofort für alle zur Verfügung und wir freuen uns über den regen Einsatz“, sagt Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH.

So klingt das Allgäu – wie aus einer hochkomplexen Fragestellung ein Markensound entsteht

Entwickelt wurde der Markensound von Allgäuer Musikern: Neben dem Wangener Ernst Hutter, renommierter Solist, Komponist und Arrangeur, auch bekannt als Leiter der Egerländer Musikanten - Das Original, engagierte sich der in Isny geborene und in Oy-Mittelberg aufgewachsene Musiker und Musikpädagoge, Prof. Dr. Daniel Mark Eberhard (Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt) sowie Martin Schiessler und Rainer Hirt von der auf akustische Markenführung spezialisierte Agentur audity aus Konstanz.

Doch bis zur Übersetzung der Markenwerte ehrenwert, originell, friedlich, heilsam und frisch in Töne, Geräusche und Melodien, wurde viel diskutiert: Denn für jeden der interviewten Experten klingt das Allgäu ein wenig anders. Außerdem muss das traditionelle Allgäu mit dem modernen verknüpft werden. Befragt wurden Persönlichkeiten aus der Wirtschaft, Kultur und Politik sowie Musikexperten. Die hochkomplexe Fragestellung ließ einerseits Skepsis wachsen, andererseits aber auch die Motivation, das Allgäu musikalisch abzubilden. Zudem bedeutet eine akustische Markenführung, dass Klangbilder geschaffen werden müssen für alle Medien, in denen die Marke unterwegs ist.

Kuhglocke und Kuhschelle charakteristisches Klangbild

Für die Experten kristallisierte sich fürs Allgäu ein Klang heraus: die Kuhglocke und Kuhschelle. Außerdem, so Hirt, verwendet bisher keine andere Region dieses Geläut in ihrem Markensound. Klänge von typischen Musikinstrumenten sowie charakteristische Tonfolgen und Rhythmen ebenso wie menschengemachtes Glockengeläut oder Naturgeräusche von Wind und Wasser bilden nun das akustische Logo ab.

Wir können wegsehen, aber nicht weghören: die Bedeutung einer akustischen Marke

„Wir haben die Möglichkeit, einen neuen Sound in die Köpfe zu bringen“, formulierte Hirt den Anspruch an den Markensound Allgäu. Bei der gestrigen Vorstellung des neuen Markensounds in Kempton demonstrierte Hirt, wie sehr Musik Bilder verändert, als er das Bild von Schloss Neuschwanstein mit drei unterschiedlichen Melodien unterlegte. Auch zeigte er den Anwesenden Markenpartnern wie man mittels bereit gestellter Tracks wie Waldspaziergang oder Stadtbummel Stimmung erzeugen und Videos untermalen kann. „Wir können wegsehen, aber

nicht weghören", unterstrich er die Bedeutung des Sounds. Gerade im Bereich Bewegtbild seien Tracks aus dem Markensound wichtig, um längere Videos oder kürzeste Sequenzen wie bei TikTok mit Allgäu zu branden. „Das akustische Erscheinungsbild der Marke ist viel mehr als eine Melodie. Mit der akustischen Marke ist nun der Markenauftritt und Regionale Identität komplementiert“, freut sich Markenmanager Christian Gabler. Und ergänzt: „Wir haben den Markensound unter anderem für unsere Markenpartner und -Partnerinnen erstellen lassen und die unterschiedlichsten Anwendungsbereiche mitgedacht. So soll der Markensound und der Music Mixer Allgäu für alle Bereiche leicht umsetzbar sein. Für die Industrie genauso wie im Hotel- und Gaststättenbereich, von Vereinen bis zu Kommunen. Daher freuen wir uns über eine rege Nutzung unseres Tools“. Das Projekt Markensound Allgäu wurde im Rahmen der Regionalen Identität vom Bayerischen Heimatministerium gefördert.

Pressekontakt:

Simone Zehnpfennig
Pressesprecherin Allgäu GmbH
Tel. 0831/5753737, Fax 0831/5753733
zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de

Klaus Fischer
Geschäftsführer Allgäu GmbH
Tel. 0831/575 37 13
fischer@allgaeu.de