

01.09.2016 | **Top-Thema** Audiobranding: Was besser klingt, darf teurer sein

Ungenutztes Potenzial im Audiobranding



Eine Möglichkeit wäre ein Warenkorb-Geräusch.
Bild: Michael Bamberger

Audiobrand bietet viele Möglichkeiten zur Differenzierung, gerade auch im Digitalen.

Im Internet ist Ton allgegenwärtig. Doch viel zu oft wird nur an das technisch Machbare gedacht, ohne dabei an den User zu denken. Plötzlich geht ohne Vorwarnung ein kreischendes Video los. Oder ein Produkt wird in einer Endlosschleife mit überlauter Stimme promotet. Nervenzerfetzende Sekunden können vergehen, bis man die Lärmquelle gefunden und ausgeschaltet hat. Sowa grenzt an Körperverletzung.

Allerdings könnten Webshops sehr viel von den Feedback-Prozessen lernen, die die Autobauer geschaffen haben. Ein zartes Wuff könnte mir signalisieren, dass die Ware tatsächlich im Warenkorb gelandet ist, ein leises Pling meine Eingaben zu Versandadresse und Kreditkartennummer bestätigen und ein kleiner Tusch mit mir jubeln, wenn ich den Jetzt-kaufen-Button angeklickt habe. "Danke. Und viel Freude damit", könnte schließlich eine freundliche Stimme sagen.

Onliner lernen sehr schnell. In Echtzeit und Live können sie testen, was beim Nutzer die beste Wirkung erzielt, und so auch Produktsounds innerhalb kürzester Zeit optimieren. Sie

sind digitalen Neuerungen gegenüber ungemein aufgeschlossen und schon allein deshalb den Offlinern meist um Meilen voraus.

Die Akustik und das Digitale

Die Akustik bietet findigen Gründern viel Potenzial. So hat kein etablierter Hörgerätehersteller, sondern ein Startup namens Bragi via Crowdfundig das klassische Hörgerät neu definiert und der Kategorie der Wearables hinzugefügt: ein smartes Earphone namens The Dash. Mit ihm kann man Musik komplett kabellos hören, den Puls messen, die Schrittzahl zählen und, weil wasserdicht, sogar schwimmen.

Außengeräusche werden eingespielt, was vor brenzligen Situationen im Straßenverkehr schützt. Via Bluetooth an ein Smartphone gekoppelt kann man mit ihm auch telefonieren und ins Internet gehen. Es wird durch Antippen oder Kopfbewegungen gesteuert. Dies ist unter anderem dann überaus praktisch, wenn man beide Hände frei haben will oder muss. Es wird wohl sogar Übersetzungen in Echtzeit anbieten können.

Insgesamt werden Soundingenieure in Zukunft jede Menge Arbeit bekommen, denn viele der Sensoren, die Geräte und Maschinen miteinander verbinden, brauchen Klangmuster. Dabei wird es fortan um viel mehr als ein Klicken und Klacken oder Piepsen und Plingen gehen. Jeder Roboter braucht Bio-Geräusche, wenn er bei der Arbeit ist. Und jedes Gerät braucht seinen eigenen Sound, um sich von anderen zu unterscheiden.