

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	9
2	Wahrnehmung und Wirkung akustischer Reize	11
2.1	Aufnahme akustischer Reize durch das menschliche Ohr	13
2.2	Akustische Reize als Auslöser von Emotionen	17
2.3	Wirkung akustischer Reize in der Kommunikation	19
	Literatur	28
3	Theoretische Grundlagen zur akustischen Gestaltung von Sound Websites	33
3.1	Empirische Erkenntnisse zur Wirkung von Websites	33
3.2	Erfolgsfaktoren der Gestaltung von Websites	36
3.3	Markenidentität als Fundament der Marke	39
3.4	Strategische Entwicklung von akustischen Markenelementen	43
3.5	Ableitung akustischer Markenelemente von der Markenidentität	47

XII Inhaltsverzeichnis

3.6	Grenzen und Risiken bei der Entwicklung akustischer Markenelemente	54
	Literatur	58
4	Praxisbeispiel – BMW Sound Website	61
4.1	Grundlagen und Zielsetzung des Web-Experiments	63
4.2	Konzeption und Umsetzung des Web-Experiments	66
4.3	Ergebnisse des Web-Experiments	71
5	Fazit und Ausblick	77