

**Inhaltsübersicht**

1. Einleitung ..... 1

2. Theoretische Grundlagen zur Wahrnehmung und Wirkung akustischer Reize .... 13

3. Markenrecht – Die Hörmarke ..... 37

4. Theoretisches Fundament zur akustischen Gestaltung von Marken ..... 47

5. Praktische Anwendungen von Sound Branding ..... 89

6. Fazit und Ausblick ..... 123

Literaturverzeichnis ..... 127

Anhang: Experteninterviews ..... 175

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Einführung in die Problemstellung .....	2
1.2 Definitorische Abgrenzung relevanter Begriffe .....	4
1.3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	11
 <b>2. Theoretische Grundlagen zur Wahrnehmung und Wirkung akustischer Reize .....</b>	 <b>13</b>
2.1 Aufbau und Funktion des Gehörs .....	17
2.2 Aufnahme akustischer Reize durch das menschliche Ohr .....	19
2.3 Akustische Reize als Auslöser von Emotionen .....	24
2.4 Empirische Erkenntnisse zur Wirkung akustischer Reize in der Kommunikation .....	29
 <b>3. Markenrecht – Die Hörmarke .....</b>	 <b>37</b>
3.1 Definition Hörmarke .....	38
3.2 Markenschutz für akustische Signale .....	40
3.3 Registrierte Hörmarken in Europa – eine Analyse .....	43
3.3.1 Registrierte Hörmarken in Deutschland .....	43
3.3.2 Registrierte Hörmarken in Österreich .....	44
3.3.3 Registrierte Hörmarken in der Schweiz .....	44
3.3.4 Registrierte Hörmarken beim HABM .....	44
3.3.5 Registrierte Hörmarken bei der WIPO .....	45
3.4 Resümee und aktuelle Entwicklungen .....	46

<b>4. Theoretisches Fundament zur akustischen Gestaltung von Marken</b>	<b>47</b>
4.1 Definition Sound Branding	47
4.2 Die Bedeutung von Sound Branding für Unternehmen	49
4.3 Beziehung zwischen Identität und Image einer Marke	56
4.3.1 Markenidentität	57
4.3.2 Markenimage	60
4.4 Strategische Entwicklung von akustischen Markenelementen	65
4.5 Ableitung akustischer Markenelemente von der Markenidentität	69
4.5.1 Sound Logo	71
4.5.2 Jingle	74
4.5.3 Brand Song	75
4.5.4 Brand Voice	76
4.5.5 Brand Music	77
4.5.6 Soundscape	77
4.5.7 Sound-Icon	78
4.6 Grenzen und Risiken von Sound Branding	79
 <b>5. Praktische Anwendungen von Sound Branding</b>	 <b>89</b>
5.1 Das Lufthansa Sound Logo	90
5.2 Das BMW Sound Logo	92
5.3 Das Deutsche Telekom Sound Logo	94
5.4 Das Intel Sound Logo	97
5.5 Die Klangwelt von Nokia	102
5.6 Audi Corporate Sound	105
5.7 Sound Design von Produkten	110
5.7.1 Sound Design in der Lebensmittelindustrie	110
5.7.2 Sound Design in der Automobilindustrie	112

<b>6. Fazit und Ausblick .....</b>	<b>123</b>
------------------------------------	------------

<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>127</b>
-----------------------------------	------------

<b>Anhang: Experteninterviews .....</b>	<b>175</b>
-----------------------------------------	------------