

Pressemitteilung

Hamburg, 12. September 2008

Unerhörte Marktführer – die „Hidden Champions“

Eine Umfrage der audio consulting group entdeckt ein überraschend großes Interesse an akustischer Markenführung bei den so genannten „Hidden Champions“ (vorwiegend mittelständische Unternehmen, die Europa- oder gar Weltmarktführer in Ihrem Bereich sind).

Das ist das Ergebnis einer Befragung der Hamburger audio consulting group unter 100 deutschen Unternehmen. Entgegen der Erwartung, dass viele dieser Unternehmen, in ihrer Markenkommunikation eher zurückhaltend sind, hat sich bereits mehr als die Hälfte der Befragten mit dem Thema akustische Markenführung beschäftigt. Bemerkenswert ist, dass bereits 27% der Befragten angeben, eine akustische Markenidentität eingeführt zu haben.

Die meisten Unternehmen sehen die Relevanz der akustischen Markenführung besonders für Medien wie Radio (98%), TV (93%) oder den Imagefilm (71%). Weiteren Kommunikationskanälen wie Messe, Telefon oder Internet wird ebenfalls Bedeutung zugemessen, allerdings in einem Umfang der darauf schließen lässt, dass das volle Wirkungspotential einer akustischen Markenführungsstrategie noch nicht umfassend ausgenutzt wird. „Das Potential wird zwar erkannt, aber noch nicht genügend ausgeschöpft. Hier werden viele Chancen verschenkt, da gerade der einheitliche Einsatz akustischer Elemente in vielen Kanälen eine enorme Effektivitätssteigerung bei der integrierten Markenkommunikation bringt.“, so Wilbert Hirsch, Chief Creative Officer der audio consulting group Inc./NY.

Wie ein nachhaltiges akustisches Markenzeichen geschaffen werden kann, hat in Deutschland die Telekom vorgemacht. Ähnlich wie bei der vergleichbaren Studie unter den Dax-30 Unternehmen aus dem Januar 2007, die ebenfalls von den Hamburger Sound Experten erhoben wurde, rufen sich auch die „Hidden Champions“ als erstes das Audiologo des bekannten Telefonanbieters ins Gedächtnis, wenn es darum geht ein Paradebeispiel für ein akustisches Logo zu nennen.

Über die audio consulting group:

Die Unternehmensberatung mit Sitz in New York, London und Hamburg konzipierte erfolgreich nationale und internationale akustische Markenkonzepte für namhafte Kunden, wie UBS, Tchibo, Commerzbank, elmex, oder den Germanischen Lloyd. Dabei ist die audio consulting group das weltweit erste Unternehmen, das ein strategisches und wissenschaftlich fundiertes Modell für die Herleitung akustischer Markenidentitäten entwickelt hat.

Sie können die detaillierten Ergebnisse der Umfrage anfordern bei:

Jasmin Junge

acg audio consulting group

tel +49 (40) 85 32 14 55

E-Mail: pr@acoustic-branding.com

audio consulting group
Schützenstr. 89
22761 Hamburg
DEUTSCHLAND

audio consulting group
132 West 21st Street / 11th Floor
New York, NY 10011
USA

audio consulting group
29 Catherine Place
London SW1E 6DY
UNITED KINGDOM

acg audio consulting group Unternehmensberatung
für akustische Markenführung und Corporate Identity GmbH
Sitz: Hamburg | Gerichtsstand: Hamburg | HRB 82 684
Geschäftsführer: Patrick Langeslag

Tel. +49 40 8532 1450
Fax +49 40 8532 1499

Tel. +1 212 255 4640
Fax +1 212 242 7418

Tel. +44 207 193 3743
Fax +44 207 630 8583

info@acoustic-branding.com
www.acoustic-branding.com