

## Sound Branding | Akustische Markenkommunikation

In der Markenkommunikation ist die bewusste Klanggestaltung ein zentrales Thema. Mehr und mehr Firmen können sich durch die Entwicklung eines auf die Marke abgestimmten Soundlogos – neben der visuellen Gestaltung – erfolgreich von ihren Wettbewerbern absetzen.

Der Masterstudiengang Sound Studies – Akustische Kommunikation an der Universität der Künste Berlin versammelt ein Team sich ergänzender ExpertInnen mit sowohl theoretischem Fachwissen wie auch langjähriger Berufspraxis aus den genannten Bereichen.

**Aural City | Die hörsame Stadt** möchte das in der Praxis geschulte Wissen an Berliner Unternehmen weitergeben und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. In einem Transfer zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Architektur und Gestaltung erhalten kleine und mittlere Unternehmen das Wissen und die Praxis, die ihnen diese neuen Felder einer "Klangwirtschaft" erschließen hilft und Verfahren zur Gestaltung und Umsetzung anbietet. Internationale Experten und Lehrende der Sound Studies bieten Workshops, Fallstudien und Hearings an.



## Der Studiengang Sound Studies

Der Masterstudiengang Sound Studies - Akustische Kommunikation richtet sich an Hochschulabsolventen und Berufspraktiker im Bereich Klang. Er läuft seit April 2006 an der Universität der Künste Berlin und bietet in vier Semestern eine breit angelegte berufsqualifizierende Ausbildung zum Arbeiten mit Klang in künstlerischen, publizistischen, gestalterischen sowie konzeptuell-entwickelnden Berufsfeldern.

Die Lehre findet in den vier Fächern Klanganthropologie und Klangökologie, Experimentelle Klanggestaltung, Auditive Mediengestaltung und Akustische Konzeption statt. In Seminaren und Workshops mit Lehrenden und den Teilzeit-Gastprofessoren stehen die Arbeiten der Studierenden im Mittelpunkt.

# Termine und Bewerbung

## Workshop Teil I • Knowledge Transfer

19. Sept 2008, 14-18 Uhr und 20. Sept 2008, 10-14 Uhr

## Workshop Teil II • Case Studies

17. Okt 2008, 14-18 Uhr und 18. Okt 2008, 10-14 Uhr

Ort: UdK Berlin, Sound Studies, 3. Etage, Lietzenburger Str. 45, 10789 Berlin  
Die Teilnahme an den Workshops ist kostenlos!  
Maximale Teilnehmerzahl: 7 Personen pro Workshop  
Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl bitten wir um eine formlose Bewerbung mit einer Kurzvorstellung Ihres Unternehmens, der Skizzierung einer Projektidee für die Fallstudien und der Angabe des gewünschten Schwerpunktes sowie einer Kontaktperson.

## Bewerbungsschluss: Do, 04.09.2008

Projektleitung: Prof. Dr. Holger Schulze

Kontakt: Aural City | Die hörsame Stadt  
Ansprechpartnerin: Nadja Quante  
Tel. +49 30 3185 2527 | Fax +49 30 3185 2530  
info@auralcity.de | www.auralcity.de  
www.udk-berlin.de/soundstudies

Postadresse:  
Aural City c/o Sound Studies – Akustische Kommunikation  
Universität der Künste Berlin, Postfach 120544, 10595 Berlin

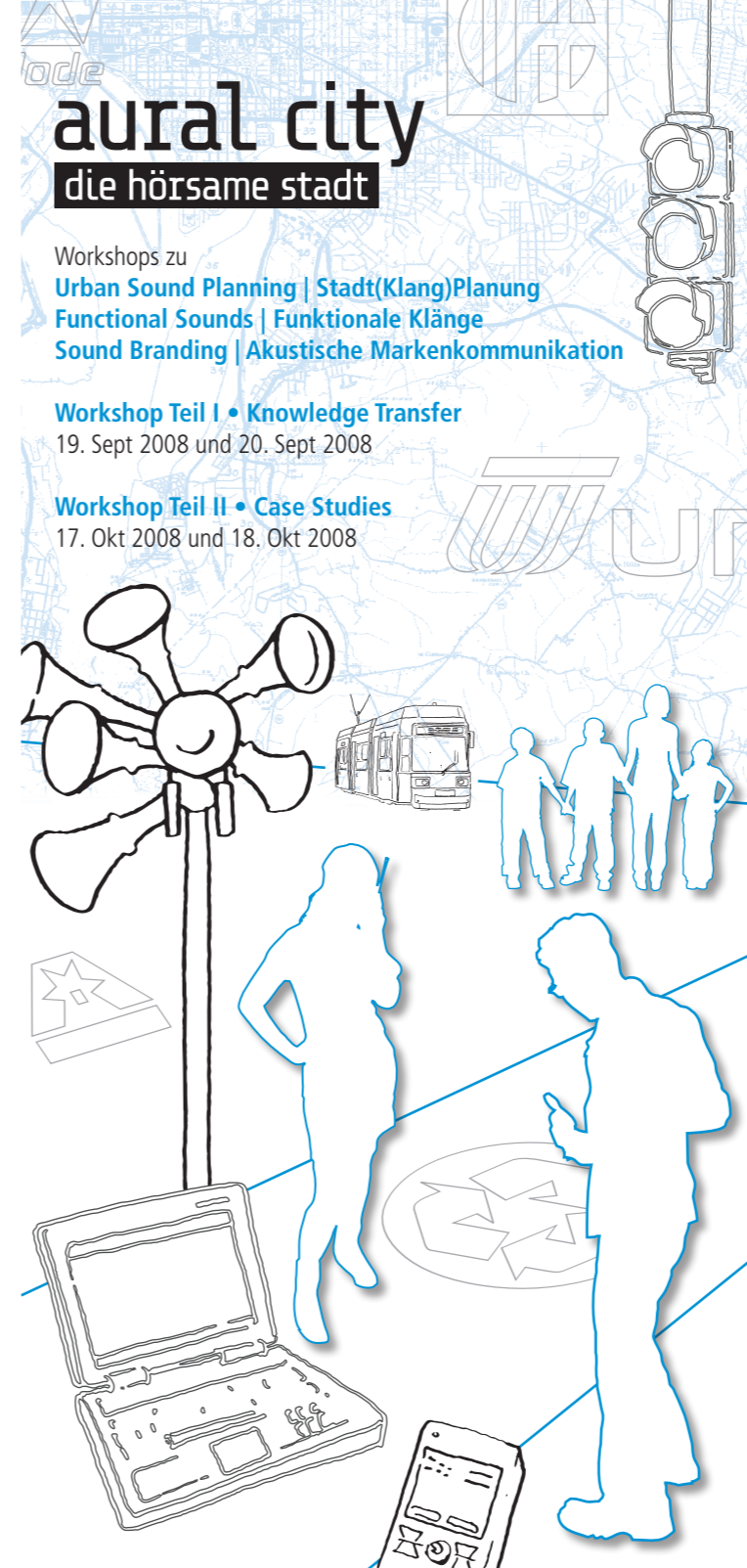
Aural City | Die hörsame Stadt ist ein Entwicklungs- und Weiterbildungsprojekt des Masterstudienganges Sound Studies - Akustische Kommunikation an der Universität der Künste Berlin

Aural City | Die hörsame Stadt wird aus Mitteln des EFRE - Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung kofinanziert. Investition in Ihre Zukunft!



Universität der Künste Berlin

Zentralinstitut für Weiterbildung



# aural city

## die hörsame stadt

»Hörsamkeit eines Raumes ist ganz allgemein die Eignung eines Raumes für bestimmte Schalldarbietungen.«

Michael Dickreiter, Handbuch der Tonstudioteknik, München 1987/90, S. 27.

**Aural City | Die hörsame Stadt** ist ein Entwicklungs- und Weiterbildungsprojekt für kleine und mittlere Unternehmen der Region Berlin. Durch kompetente Einführung in die Thematik und Unterstützung bei der Projektentwicklung bietet Aural City den teilnehmenden Unternehmen die Chance zur Weiterbildung und Spezialisierung im Bereich Sound.

Jedes Produkt, jede architektonische Umgebung klingt. Noch sind diese Klänge meist willkürlich und beliebig gestaltet und berücksichtigen weder den Kontext noch die Funktionalität oder Ästhetik des Ortes oder Produktes. Für die Etablierung von Marken, die Gestaltung von öffentlichen Orten und Arbeitsplätzen sowie die Funktionalität von Geräten spielt die Klangwahrnehmung jedoch eine wesentliche Grundlage.

## Urban Sound Planning | Stadt(Klang)Planung

In der Stadtplanung und Stadtmarketing unter akustischen Aspekten liegen Metropolen wie London oder Paris international weit vorn. Sie bekämpfen nicht nur den Lärm, sondern begreifen sich als aktive Gestalter der akustischen Identität ihrer Stadt.

## Functional Sounds | Funktionale Klänge

Auch das produzierende Gewerbe erkennt zunehmend, welche Bedeutung Klänge haben, die auf ihr Nutzungsumfeld abgestimmt sind: Funktionsklänge von Maschinen und Geräten sind nicht mehr zufällig, sondern werden in Pilotprojekten für ihren Nutzungskontext konzipiert und realisiert. Auf diese Weise werden Arbeitsplätze umgestaltet, die nun eine höhere Effizienz mit einer geringeren Belastung und größeren Motivation für die Arbeitnehmer kombinieren.



# Workshops

Aural City bietet in zweiteiligen Workshops eine spezifische, projektorientierte Weiterentwicklung für 15 – 21 Berliner Unternehmen in folgenden drei Branchen:

- **Urban Sound Planning | Stadt(Klang)Planung**
- **Functional Sounds | Funktionale Klänge**
- **Sound Branding | Akustische Markenkommunikation**

## Workshop Teil I • Knowledge Transfer

19. Sept 2008, 14-18 Uhr und 20. Sept 2008, 10-14 Uhr

Im ersten Teil der Workshops steht die Wissensvermittlung spezieller, relevanter Aspekte der Akustischen Kommunikation – diversifiziert in die drei Teilbereiche Stadtplanung mit Klang/Urban Sound Planning, Funktionale Klänge/Funktional Sounds und Akustische Markenkommunikation/Sound Branding im Vordergrund.

## Workshop Teil II • Case Studies

17. Okt 2008, 14-18 Uhr und 18. Okt 2008, 10-14 Uhr

Im zweiten Teil der Workshops werden unter Anleitung der Referententeams Fallbeispiele der TeilnehmerInnen aus deren aktueller Projektarbeit respektive ihrem Berufsalltag untersucht. Mithilfe technischer Aufzeichnungs- und Meßgeräte, vor allem aber mit dem konzeptuellen, wissenschaftlichen und ästhetischen Wissen um Wirk- und Entstehungsweise von Klängen, werden die Fallbeispiele gemeinsam analysiert und bewertet.

### Ergänzend zu den Workshops:

Samstag, 1. Nov 2008

Wie klingt Ihre Stadt?

Aural City | Die hörbare Stadt – Hearings & V. Symposium Sound Studies

## Urban Sound Planning Stadt(Klang)Planung

Im Workshop Urban Sound Planning steht die Gestaltung der hörbaren Stadt im Mittelpunkt. Zwischen Entscheidungsträgern, städteplanerischen Instanzen und Anwohnern soll eine neue Kommunikation zum Thema Klang im urbanen Alltag angeregt werden. Im ersten Teil des Workshops wird es im Sinne eines Knowledge Transfers einen ausführlichen Austausch zum theoretischen Diskurs des Klanges in der urbanen Gestaltung – von künstlerischen Eingriffen bis zu der akustischen Lärmbekämpfung – geben. Im zweiten Teil, der den Fallstudien gewidmet ist, werden TeilnehmerInnen gebeten, neben Diskussionen einiger Fallbeispiele, eigene Anstöße und Projekte als Diskussionsthemen zu präsentieren. Beide Teile dieser Veranstaltung werden durch Begehungen in Berlin bereichert.

### Referent: Yukio Van Maren King, M.A.

Studium der Stadtplanung an der Universität von Kalifornien in San Diego. Tätigkeiten im Bereich der Transportplanung und des Sozialen Wohnungsbaus. 2003 Umzug nach Berlin, um die für ihn faszinierende Berliner Urbanität zu entdecken und mit elektronischer Musik zu experimentieren. 2008 Master-Abschluss an der Universität der Künste Berlin im Studiengang Sound Studies. Seine theoretische und projektbezogene Arbeit setzt sich mit der akustischen Identität von Städten sowie der klangorientierten Stadtplanung auseinander.  
<http://berlinacast.com/>  
<http://www.urbanresonance.org/>  
<http://soundurbanplanning.com/>

**Zielgruppen:** Stadtplaner, Architekturbüros, Innenarchitekten, Bauunternehmen, Materialentwickler, Quartiersmanagements. Landschaftsplaner u. a.

## Functional Sounds Funktionale Klänge

Der Workshop widmet sich den Klängen, die in privaten Bereichen, in Arbeitsumgebungen und im öffentlichen Raum Bestandteil unseres alltäglichen Lebens sind. Als Mittel zum Zweck sind funktionale Klänge akustisch codierte Informationen, die an Hörer und Hörerinnen vermittelt werden, um Hinweise zu geben, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Orientierung zu verschaffen. Diese akustische Kommunikation soll unter den Aspekten der Mensch-Maschinen-Kommunikation, der Interaktion, der Gebrauchsfähigkeit (Usability) und Barrierefreiheit thematisiert werden. Die vielfältigen Anwendungsbereiche funktionaler Klänge finden sich z. B. in Interaktions-, Interface-, Industrie- und Produktdesign ebenso wie bei Raum-, Messe- und Ausstellungsgestaltung. Der Workshop gibt zunächst eine Einführung in die Thematik, veranschaulicht, warum eine akustische Gestaltung sinnvoll ist und wie ein positives Design erstellt werden kann, weit entfernt von unmotivierten Tönen und Lärm. Im zweiten Teil soll anhand von Fallbeispielen der Design-Prozess von funktionalen Klängen vermittelt werden. Dieser umfasst die Analyse des situativen Kontextes (Anwendungs- und Umgebungssituation), die Beschreibung von möglichen Gestaltungsparametern und die Anwendung von Hilfsmitteln (Design Pattern).

### Referent: Georg Spehr

Gelernter Kommunikationstechniker und Multimedia-Designer. 1989 bis 1998 als Studiotekniker für professionelle Audiotechnik bei Studer Deutschland tätig. 1999 bis 2002 als Multimedia-Designer fest angestellt. Seit 2002 Freiberufler für akustische Gestaltung und Multimedia-Design u. a. für MetaDesign GmbH. 2003 bis 2005 Lehrauftrag an der FH-Potsdam im Fachbereich Interfacedesign. Seit 2006 freier Dozent für Sound Studies, Universität der Künste Berlin im Teilbereich Akustische Konzeption (Schwerpunkte: Funktionale Klänge, Audio-Branding).  
[www.tonophonie.de/](http://www.tonophonie.de/)

**Zielgruppen:** Entwickler und Hersteller, Ingenieur- und Design-Büros, Gestaltungsagenturen in den Anwendungsgebieten: Interaktionsdesign, Interfacedesign, Game Design, Industriedesign, Produktdesign, Ausstellungsgestaltung.

## Sound Branding Akustische Markenkommunikation

Marken sind zunehmend in aller Ohren. Sound Branding hilft Marken, ihre Wahrnehmung und Identität zu stärken. Dabei ist die Emotion, die sich über Musik, Klang und Stimme vermitteln lässt, ein Kernfaktor für den großen Erfolg von akustischer Markenkommunikation. Doch was ist Sound Branding eigentlich genau? Aus welchen Elementen besteht ein Corporate Sound oder Brand Sound eigentlich? Und welche Einsatzgebiete gibt es für die einzelnen Elemente? Diese und weitere Fragen werden in den Workshops zur akustischen Markenkommunikation beantwortet. Der erste Teil des Workshops behandelt die Grundlagen des Sound Brandings: Bestandteile, Einsatzmöglichkeiten, Nutzen, Dokumentation, Cases. Der zweite Teil widmet sich den Projekten der WorkshopteilnehmerInnen und wirft die Frage auf: Wie kann Sound Branding ihren Marken und Organisationen helfen, ein stärkeres Markenbild zu generieren?

### Referent: Marcel Kloppenburg, M.A.

Studium der Kommunikationswissenschaften, Musikwissenschaften und Technischen Akustik, sowie der Medienberatung an der TU Berlin (Abschluss 2006; „Der Einfluss der psychoakustischen Empfindungsgrößen Rauigkeit und Schärfe auf die Wahrnehmung von Sound“ bei Prof. Dr. S. Weinzierl und Prof. Dr. B. Schulte-Fortkamp). Div. Tätigkeiten im Bereich Musikproduktion, Live-Technik, Film. 2003-2005 bei Müller BBM (Akustische Beratung). Seit 2006 bei MetaDesign AG im Bereich Sound Branding zuständig für Konzeption und Produktion (u. a. für Siemens, eBay, McFit, Allianz, Volkswagen). Freier Dozent für Sound Studies, Universität der Künste Berlin im Teilbereich Akustische Konzeption (Schwerpunkt: Akustische Markenführung).

**Zielgruppen:** Kommunikations-Agenturen, öffentliche Einrichtungen, Vereine, soziale Organisationen, Unternehmen aus den Bereichen Kunst und Kultur, u. a.