

Sounddesign bei Werbespots und Jingles

Patrick Beckmann

1. Werbemedien

2. Audio

3. Analyse

1. Werbemedien

1.1. Fernsehwerbung

1.2. Kinowerbung

1.3. Radiowerbung

1.1. Fernsehwerbung

USA seit 1941, Deutschland 1956

- Werbeblock
- Split Screen



1.1. Fernsehwerbung

- Kurzunterbrechung
- Programmsponsoring



1.2. Kinowerbung

- Produktwerbung**
- Lokale Kinowerbung**
- Trailer / Teaser**

1.3. Radiowerbung

- **Werbespot**
- **Live-Reader**

Besonderer Vorteil:

- **Aktualität**

2. Audio

2.1. Musik

2.2. Einsatztheorien

2.3. Sprache / Geräusche

2.1. Musik

- **Audiologo <Telekom> <ProSieben>**
 - **Uniqueness**
 - **Einprägsamkeit**
 - **Flexibilität**

2.1. Musik

- **Jingle** <DEA> <VISA>
- **Gesungener Slogan**
- **Einfacher Text**

2.1. Musik

- **Werbelied** <Barcardi>
 - **gesungen**
 - **gesummte Melodie**
 - **gepiffene Melodie**



2.1. Musik

- **Instrumentalmelodie**
 - **unabhängig von Text**
 - **Bezug auf optisches Geschehen**
 - **Synchronpunkte**
 - **Bewegungsanlaß**
 - **Stimmungskulisse**

2.1. Musik

- Instrumental-Klischees

Mundharmonika:	Wasser, Matrose, Schiff, das Lied vom Tod
Akkordeon:	Paris, Kneipe, Hafen
Trommelwirbel:	Spannung, Sensation, Marsch, Militär
Hörner:	Postkutsche, Jagd, Wald
Banjo:	Western-Saloon, Dixiland, 20er Jahre
Glocken:	Sonntag, Kirche, Weihnachten
Kastagnetten:	Spanien
Dudelsack:	Schottland

2.2. Einsatztheorien

- **Klassische Konditionierung** (Gorn 1982)
 - **positiv bewertete Musik**
 - **Stimmung wird beeinflusst**
- **Methode fraglich**

2.2. Einsatztheorien

- **Elaboration Likelihood Model**
(Petty und Cacioppo 1983)
 - **zentraler Weg**
 - **peripherer Weg**
 - **Involvement Konzept**

2.2. Einsatztheorien

- **Musical Fit** (MacInnis und Park 1991)
 - **positiv bei hohem Involvement**
 - **Transport von Informationen**
 - **Unterschiedliche Musik hebt unterschiedliche Infos hervor**

2.3. Sprache / Geräusche

- **Sprache**
 - **einfach, leicht verständlich**
 - **manchmal Fachbegriffe eingebaut**
 - **Wiederholungen**



2.3. Sprache / Geräusche

- **Geräusche / Atmos**
 - **Unterstützen das Bild**
 - **dezent eingesetzt**



3. Maggi Magic Asia

Gong + Maggi Magic Asia Logo 0:00

- Kennmotiv für Produkt wird vorgestellt
- Gong → Assoziation mit Fernöstlichem



3. Maggi Magic Asia

Marimbaphon Intro (Chinesischer Touch)

0:04

- Zeichentrick Chinesen sitzen auf der Straße (auf dem Bordstein)
- Bezug zum Fernöstlichen wird noch stärker hergestellt



3. Maggi Magic Asia

„Drei Chinesen mit dem Kontrabass“ (Gitarre, Bass, Schlagzeug) 0:07

- bekannte Melodie (entstanden kurz vor ersten Weltkrieg)
- Text auf Produkt umgedichtet
- Handlungen und Gedanken der Ente werden Akustisch dargestellt (witzige Auflockerung)
- öffnen der Tüte wird akustisch begleitet



3. Maggi Magic Asia

„Drei Chinesen mit dem Kontrabass“ (Gitarre, Bass, Schlagzeug) 0:07

Drei Chinesen mit der Maggi Tass
sitzen auf der Strasse und essen schnell was
ein Vierter kommt vorbei „Ja was ist denn das?“
Magic Asia aus der Maggi Tass

Drei Chinesen mit der Maggi Tass
sitzen auf der Strasse und essen schnell was
ein Vierter steht dabei „Ich will auch so was!“
Magic Asia aus der Maggi Tass

Original: *Drei Chinesen mit dem Kontrabass
saßen auf der Straße und erzählten sich was.
Da kam die Polizei, fragt: „Was ist denn das?“
Drei Chinesen mit dem Kontrabass.*



3. Maggi Magic Asia

Gong + Maggi Magic Asia Logo

0:30

- Wiederholung des Kennmotives
- Zuschauer soll es verinnerlichen



3. Maggi Magic Asia

Tasse wird befüllt + Intro + Sprecher

0:34

- Wasser eingießen auch akustisch
 - Erneut das Intro mit Marimaphon, danach „Drei Chinesen mit dem Kontrabass“
 - Sprecher mit „chinesischem“ Akzent
*Nudelsuppe auf Asiatisch.
Die neuen Instant-Cup Soups von Maggi Magic Asia. Nul von Maggie.
Und den vielen leckelen Sollten.*
- Produkt wird vorgestellt



3. Maggi Magic Asia

Produktvorstellung

0:47

- Fallende Tüten werden von Geräuschen begleitet
- Letzte Tüte agiert und gibt Gräusche von sich wie ein Kung Fu Kämpfer
- Sprecher:
Klein, Schnell, Schalf, Leckel
Und so Pleiswelt
→ Produkteigenschaften werden genannt



3. Maggi Magic Asia

Maggi Slogan

0:56

- *hmmmm... lecker*
- „chinesischer“ Akzent selbst im Firmen Slogan umgesetzt



Vielen Dank für eure Aufmerksamkei

Noch Fragen?

Sounddesign bei Werbespots und Jingles

Quellen:

„Musik in der Fernsehwerbung“ Auflage 2, Daniele Steiner-Hall, Verlag edition fischer 1990

„Verwendung und Wirkung von Musik in der Werbung. Schwarze Zahlen durch“ blaue Noten“?“, Zander / Kapp, Nomos Verlagsgesellschaft

<http://www.crossmedia-zentrum.de>

<http://audio-branding.de>

<http://wikipedia.de>

<http://www.youtube.com>