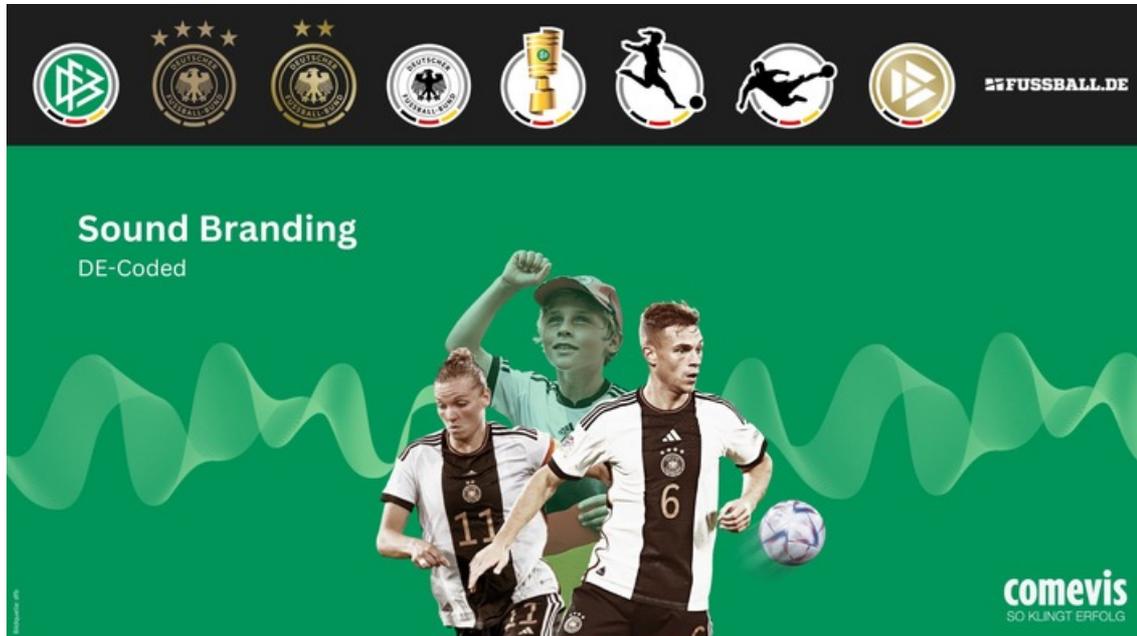


07.02.2024 – 10:16 Uhr

Klangvolles Passspiel: comevis & der Deutsche Fußball-Bund enthüllen das Sound Branding sowie das Soundlogo für die Marken des DFB



Köln (ots) -

[comevis](#), ein Vorreiter im Bereich Sound Branding, verkündet die Implementierung seiner einzigartigen code-basierten Sound Branding Methodik bei neun Marken des [Deutschen Fußball-Bund \(DFB\)](#). Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, die DFB-Markenwelt durch akustische Markenführung in die digitale Zukunft zu führen und das emotionale Brand Building zu stärken.

Die neue DFB Audible Brand Experience hebt sich aufgrund der Mehrmarken-Komplexität sowie der erstmaligen Nutzung AI-basierter Management- & Analyse-Tools aus der comevis [C-Cloud](#) gegenüber anderer internationaler Sound Brandings ab.

In Ergänzung zum traditionellen Sound Branding zielt die Methodik darauf ab, mithilfe von intelligenten Applikationen die hörbare Marken-Digitalisierung messbar und zielgerichtet steuerbar zu machen. Dabei wurde besonders auf einen tiefgreifenden Einbezug der Fans in die Entwicklungsphase gelegt.

Durch ein mehrstufiges Marktforschungsverfahren wurde sichergestellt, dass jede Marke entsprechend ihrer Positionierung individuelle, auditive Potenziale entfaltet, um optimal in der zukünftigen Markenkommunikation des DFB zu wirken. Ziel ist es, das emotionale Brand Building an jedem Berührungspunkt zu fördern, um eine tiefere Verbindung zwischen den jeweiligen Marken und Fans, gemäß dem Motto "Fußballzeit ist die beste Zeit", zu schaffen.

Der neu entstandene auditive Family-Code repräsentiert den pulsierenden Rhythmus auf dem Spielfeld, die Schwingungen in der Luft und die mitreißenden Emotionen des Fußballs.

Die 3 Audio-Code-Elemente lassen sich wie folgt skizzieren:

1. Eine mitreißende Brass-Section erzeugt kraftvolle Bezüge zur DFB-Hymne und vereint alle Marken in einem harmonischen Klanggefüge.
2. Der Fußball steht im Mittelpunkt - Klänge der Sportart, von präzisen Pässen bis zum Geräusch von "Ball im Netz", verleihen dem DFB Sound Branding eine lebendige Materialität.
3. Die einzigartigen Facetten jedes Instruments formen eine verschworene Mannschaft, in der jeder Beitrag von Bedeutung ist. Authentische Instrumentierungen, realistisch eingespielt und aufgenommen, schaffen ein unvergleichliches Verbundenheits- & Gemeinschaftsgefühl.

Ebenso wie erfolgreiche Fußballtrainer*innen auf ein Repertoire unterschiedlicher Spielstrategien zurückgreifen, stehen nun auch dem DFB und seinen Partnern eine Auswahl von mehr als 400 situativ passender Audio-Assets über das DFB-Markenportal zur Verfügung - realisiert wurden u.a. Soundlogo, Social Media Templates, Video-Moods, TV-Bumper und UX-Sounds die beispielsweise bei TV-Übertragungen, in Podcasts sowie in Social Media-Formaten und bei Live-Events eingesetzt werden können.

Juri Müller, Teamleiter Brand & Marketing Services der DFB GmbH & Co.KG sagt: "Die methodische, anwendungsbezogene

Herangehensweise innerhalb des Entwicklungsprozesses unseres Sound Brandings - immer mit dem Ziel, eine möglichst digitale und intuitive Anwendung im Fokus zu halten - hat zu einem differenzierten Ergebnis geführt, welches unsere Markenvielfalt standesgemäß und lautstark nun auch auf auditiver Ebene erlebbar macht. Wir freuen uns auf unsere ganzheitliche Identität, die man nun nicht mehr nur sehen, sondern auch hören kann."

Mit dem DFB betreut comevis eine Multi-Brand mit "Hero-Marken", "Supporter-Marken" und "Sub-Marken". Somit handelt es sich um einen hochkomplexen Prozess, für den es multiple Kompetenzen im Hinblick auf Strategie, Design und Technologie bedurfte.

"Wir freuen uns, dass wir für die besonderen Anforderungen unserer digital transformierten Welt, eine strategisch hergeleitete "Audible Brand Experience" für die DFB Positionierung konzipieren und implementieren durften. Dies liefert einen wichtigen Kernbaustein für die individuelle kommunikative Strahlkraft der DFB Marken. Durch die technologische Aufgeschlossenheit des DFB Projektteam konnten zudem alle aktuell relevanten digitalen Aspekte hinsichtlich der heute schon möglichen Audio-Innovationen behandelt werden", sagt Stephan Vincent Nölke, CEO von www.comevis.com

"Dieses -in seiner Komplexität und Ausprägung- einzigartige Sound Branding verkörpert Tradition und Zukunft und lässt dich die leidenschaftliche Seele des Fußballs spüren. Das C-Team freut auf alle weiteren Herausforderungen die gemeinsam vor uns liegen und sagt zudem Danke, dem DFB und dem Marktforschungsinstitut IMW und Strichpunkt fügen Alexander Thesing (ppa.), Chief Strategy Officer & Head of Science und Patrick Claude Nölke (ppa.), Digital Officer & Head of Innovation von comevis hinzu.

Für alle die mehr HÖREN wollen:

<https://www.comevis.com/case-best-soundbranding-soundlogo-dfb>

Über comevis. So klingt Erfolg.

comevis ist ein vielfach prämiertes Innovator im Bereich des code-basierten Sound Branding & Audible Brand Experience. In einer digital transformierten Welt, wo Audio/Voice-Interaktion unverzichtbar und der Schlüssel zur Emotionalität in der Marken-, Sales- & Service-Erfahrung ist, gestaltet comevis auditiv-kommunikative Strahlkraft. Gegründet wurde die comevis GmbH & Co. KG im Jahr 2002 von Stephan Vincent Nölke, deren Geschäftsführer er ist. comevis unterhält neben den C-Studios, mit den C-Labs eigene Forschungs-Labore. Das Portfolio fokussiert mit der comevis C-Cloud "Application-Suite" weltweit einzigartige A.I. basierte Audio/Voice Management- & Analyse-Tools. Für das auditive Design und Content-Management, nutzen Marken und Agenturen die vielfach ausgezeichneten Methoden-, Strategie- und Kreative-Kompetenzen der comevis Spezialisten. Zu den Kunden gehören die bedeutendsten Unternehmen und Marken aus den Bereichen B2B und B2C.

comevis GmbH & Co. KG, Kranhaus 1 (3rd floor), Im Zollhafen 18, D-50678 Köln

Ansprechpartner: Stephan Vincent Nölke (Geschäftsführer)

<http://www.comevis.com>

contact@comevis.com

Über den DFB

Der Deutsche Fußball-Bund e.V. (DFB) ist die Vereinigung der Landesverbände, Regionalverbände und des Ligaverbandes, in denen Fußballsport betrieben wird. Die wichtigste Aufgabe des DFB ist die Organisation des Fußballsports in Meisterschaftsspielen und Wettbewerben. Der DFB vertritt die Interessen seiner Mitgliedsverbände im In- und Ausland und ist mit rund sieben Millionen Mitgliedern einer der größten Sportfachverbände der Welt. Die **DFB GmbH & Co.KG** bündelt seit dem 1. Januar 2022 als neue Gesellschaft die wirtschaftlichen Aktivitäten und digitalen Geschäftsfelder des e.V. (u.a. der Nationalmannschaften, der 3. Liga, der Frauen-Bundesligen und der DFB-Pokalwettbewerbe) inklusive der zugehörigen Vermarktungsaktivitäten und bleibt zu 100 Prozent im Eigentum des DFB e.V. Die DFB GmbH & Co. KG umfasst die fünf Geschäftsbereiche Marketing, Vertrieb & Events, Nationalmannschaften & Akademie, IT & Digitales, Spielbetrieb und Finanzen.

DFB-Campus / DFB GmbH & Co. KG, Kennedyallee 274, 60528 Frankfurt am Main Ansprechpartnerin: Isabel Krause (Managerin Brand Communication / Brand & Marketing Services) E-Mail: presse@dfb.de

Pressekontakt:

comevis GmbH & Co. KG, D-51063 Köln
Stephan Vincent Nölke
contact@comevis.com

Medieninhalte



Deutscher Fußball-Bund > Sound Branding & Soundlogo für die Marken des DFB > Strategy & Design by www.comevis.com / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/116426 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100072342/100915907> abgerufen werden.