

Covid-19 geht auf die Ohren

Markenmacher geben dem Virus und einer erfolgreichen Impfung ein akustisches Erscheinungsbild

Aktuell sitzen die Kreativen der Marketingagentur DA CAPO aus Hannover an verschiedenen Markenentwicklungen. Die Designer entwickeln visuelle Auftritte u.a. für ein Pferde-Leckerli, ein Technologie-StartUp, ein Dufthotel und ein TV-Kochformat.

Da Agenturchef Christian Bendig und sein Team neben der Entwicklung von Namen und Designs stets die Augen und Ohren am Markt haben und sich dabei auch immer stärker mit der Schaffung akustischer Markenidentitäten beschäftigen, drängte sich eine Idee nahezu auf: Zu Zeit ist nichts so medial präsent wie das Coronavirus. Da lag es nahe, dieser bislang „stillen Proteinkugel mit Rezeptoren“ eine eigenständige Sound-Identität zu geben. Die Markenmacher haben sich ge-



Zeit für musikalische Kreativität: Komponist Marc Masconi (links) und Markenmacher Christian Bendig in den MM-Studios in Hannover Foto: Tim Schaarschmidt

fragt, wie denn eigentlich der Virus und eine erfolgreiche Impfung klingen mögen? Nach Tagen der theoretischen Definition des Hintergrunds gingen die Kreativen in das das MM-Studio von Komponist, Produzent und Sounddesigner Marc Masconi. Die Schöpfer der nun geschaffenen Soundmarke, die in ihrer Prägung „prägnant und voll positiver Emotion ist“, halten ihre Entwicklung bereit für den Markt und für den (weltweiten) Einsatz durch Medien, Impfstoff-Produzenten, Impfzentren und Gesundheitsbehörden. Der Virus und die erfolgreiche Immunisierung gehen nun nicht auf, sondern ins Ohr. „Die verordnete Ruhe schafft den benötigten Freiraum im Kopf für die Umsetzung kompositorischer Impulse“, betont Komponist Marc Masconi. ■