

Bad Soden, Germany, 12 June 2019

„Helium“ – seit 2008 Klangmarke von Messer

Die Klangmarke „Helium“ von Messer – auch Audiologo genannt – flankiert seit 2008 den visuellen Auftritt der Marke Messer Gases for Life. Messer verbindet in ihrer Corporate Identity neben Tradition und Historie eines Familienunternehmens, starker Kundenbindung und Teamgedanke ein Höchstmaß an kreativem Denken, mutigen, technisch-geprägten Ideen, Internationalität und steter Wandelbarkeit in einem hart umkämpften Marktumfeld.

Messer stellt dabei seine Philosophie auf folgende Wertesäulen: Vertrauen, Internationalität, Verantwortung, Mut, Exzellenz und Historie. Immer im Bewusstsein, internationale Kundenverantwortung mit der Leidenschaft zur Trendbildung und sozialem Engagement zu verbinden.

Die Welt von Messer ist die Welt der Gase. Diese Welt befindet sich kontinuierlich in einem Fluss der Veränderung. Die internationalen Märkte wachsen rasant und neue Techniken verlangen nach immer neuen Verfahren. Messer prägt dabei den Markt durch die Bereitschaft zu ständiger Weiterentwicklung, visionären Prozessen und vertrauensvollem, traditionell geprägtem kaufmännischem Handwerk. Der enge Bezug zum Kunden spielt für Messer dabei eine ebenso wichtige Rolle wie die familiäre Verbundenheit zu ihren Mitarbeitern.

Bei der Erarbeitung der Klangmarke für Messer entstanden daher folgende Fragestellungen: Wie klingen Gase? Wie sollte man ein Unternehmen klanglich darstellen, das zum einen technisch und visionär geprägt ist, aber auf der anderen Seite eine traditionelle, historische und soziale Prägung hat? Wie kann ein Bezug zu dem bestehenden Corporate Design der Marke Messer (Logo, Farben, Signum) hergestellt werden, um auch eine Audiovisualisierung in multimedialen Kommunikationskanälen zuzulassen? Wie kann man für Messer eine unverwechselbare und einprägsame Klangmarke gestalten, das durch seine Ausgewogenheit und Zeitlosigkeit nachhaltig die nächsten Dekaden überstehen und das die eher sanfte Kommunikationsansprache des Unternehmens nach Außen unterstützt?

Im Ergebnis finden sich drei Elemente, die klanglich miteinander fusionieren: Das Geräusch eines diffundierenden Gases aus einer Gasflasche (Soundscape); ein 6+1 Tonmotiv (Melodie-Logo) und menschliches Ausatmen (Soundscape).

Im Intro der Klangmarke hört man ein sich sanft entwickelndes Gasgeräusch, das spannungsreich ansteigt und diffundiert. Dieses Soundscape symbolisiert hierbei den technischen als auch den aufstrebend visionären und mutigen Aspekt von Messer („Per aspera ad astra“). Zudem beschreibt das sanfte, aber auch druckvolle Ansteigen des Gasgeräuschs die Kommunikationsansprache von Messer: Nicht laut, verbindlich und trotzdem weit gestreut und strebend.

Der Mittelteil der Klangmarke ist geprägt von einem 6-Ton Motiv mit eingehender Melodie. Die 6 Töne der Melodie stellen dabei zum einen den Bezug zu den 6 Werten von Messer her und erlauben eine Audio-Visualisierung der 6 Buchstaben (M-E-S-S-E-R). Dazu kommt zum Abschluss der Melodieführung als Höhepunkt eine Bell, die zum einen in der Audio-Visualisierung das Messerlogo unterstützt und einen klaren Signalcharakter in sich trägt. Der Rhythmus wurde in einem Mid-Tempo-Bereich gewählt und beschreibt damit Nachhaltigkeit und die Bereitschaft, Tradition und Historie mit Moderne zu verbinden, ohne dabei zu schnell zu wachsen oder Marktentwicklungen zu verschlafen.

Als drittes Element und quasi als Outro (dem Intro gegenübergestellt) findet sich ein digital bearbeitetes, menschliches Ausatmen. Auch hier wird natürlich zum einen der Gaseaspekt dargestellt. Zum anderen spiegelt sich in diesem Soundscape aber auch der starke Bezug des Unternehmens zu seinen Mitarbeitern, den Kunden und natürlich auch für ökologisch verantwortungsvolles Handeln wider.

Alle drei Elemente der Klangmarke werden harmonisch durch ein sanftes digital erzeugtes Pad (Fläche) miteinander verbunden. Das Pad symbolisiert dabei die Familie Messer, die das Unternehmen gestaltet, führt und zusammen hält und alle drei Elemente trägt.

Corporate Audio stellt einen Teilaspekt der gesamten Corporate Identity eines Unternehmens dar. Corporate Audio beschreibt dabei den klanglich abgestimmten Auftritt von Marke und Unternehmen in allen Disziplinen. Die Klangmarke von Messer stellt zum einen ein Hörerlebnis in kurzer und einprägsamer Form dar. Sie wirkt sympathisch, verbindlich und funktioniert in allen Kommunikationskanälen. Zudem bildet die Klangmarke das Grundgerüst des gesamten Corporate Audio Konzepts für alle laufenden und zukünftigen auditiven und audio-visuellen Anwendungen in Marketing und Kommunikation. Denn aus den drei Grundelementen

(Gase/Technik, Melodie/Marke, Atmen/Mensch) der Klangmarke können alle „Variationen“ für musikalische und akustische Inhalte einfach entwickelt werden. Sei es für die Musik einer Telefonwarteschleife, einen Branded Ringtone für Mitarbeiterhandys bis hin zu filmmusikalischen Untermalungen von Imagefilmen.

Die daraus resultierende fortschreitende Entwicklung eines übergreifenden Klangkonzepts bietet zudem den großen Vorteil, dass die internationalen Marketingaktivitäten nicht nur im visuellen, sondern auch im auditiven Bereich abgestimmt und einheitlich und kostenschonend durchgeführt werden können. Nationale Kampagnen können die Klangmarke nutzen und müssen nicht extra immer neue Soundinhalte entwickeln.

Kreativer Kopf hinter der Klangmarke von Messer ist der Komponist und Corporate Audio-Spezialist Jo Löw, der bereits seit 25 Jahren in der Musik- und Medienbranche aktiv ist und in der Vergangenheit neben der Vertonung von internationalen Spielfilmen, Imagefilmen, Großevents, Werbeproduktionen und der Produktion von renommierten Musik-Acts Spezialaudioprodukte für die Unternehmenskommunikation entwickelte.

<https://newsroom.messergroup.com/de/helium--seit-2008-klangmarke-von-messer/>

Kontakte

Angela Giesen Manager Communications angela.giesen@messergroup.com +49 2151 7811-331 +49 174 3281184	Diana Buss Senior Vice President, Corporate Communications diana.buss@messergroup.com +49 2151 7811-251 +49 173 5405045
--	--