

Was ist eine Klangmarke?

Eine Klangmarke ist ein rechtlich geschütztes Zeichen, das ausschließlich aus einem Ton, einer Tonfolge oder einem akustischen Signal besteht, das eine Marke oder ein Unternehmen identifizierbar macht. Im Gegensatz zu **Wort-, Bild- oder Formmarken** basiert die Klangmarke nicht auf visuellen oder materiellen Elementen, sondern auf auditiven Reizen ¹⁾.

Beispiele für bekannte Klangmarken sind:

- die Tonfolge der Deutschen Telekom
- das Jingle von Intel („Intel Inside“)
- das akustische Erkennungszeichen der ARD

Klangmarken müssen wiedererkennbar und unterscheidungskräftig sein. Sie müssen im Markenregister häufig durch eine Notenschrift oder eine Tonaufnahme eindeutig dokumentiert werden. Voraussetzung für die Schutzfähigkeit ist, dass der Klang von den Verbrauchenden als Herkunftshinweis auf eine bestimmte Marke wahrgenommen wird.

Verwandte Begriffe sind **Wortmarke**, **Bildmarke**, **Formmarke** und **Farbmarke**. Während diese visuelle oder materielle Merkmale schützen, betrifft die Klangmarke ausschließlich akustische Signale.

Klangmarken sind besonders im **Audio-Branding**, in **Werbespots**, **Produkt-Tonspuren** und **Medienkennungen** relevant, da sie auch ohne visuelle Reize einen **wiedererkennbaren Markenauftritt** schaffen können.

¹⁾

<https://de.wikipedia.org/wiki/Klangmarke>

From:

<https://wiki.ct-lab.info/> - Creative Technologies Lab | dokuWiki



Permanent link:

<https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:semantik:klangmarke>

Last update: **2025/07/06 07:34**