



EuroShop
The World's No. 1 Retail Trade Fair

See you again
16 - 20 Feb 2020

24.02.2017

HearDis! GmbH

HearDis! entwickelt Audio Branding der Zukunft – Das EU-Forschungsprojekt "ABC_DJ"

Berlin/Stuttgart – HearDis! erforscht und entwickelt seit Januar 2016 die Zukunft der akustischen Markenführung. Im EU-geförderten Forschungsprojekt ABC_DJ arbeiten die Audio-Branding-Experten an Software-Tools, die automatisiert markenrelevante Musikstücke erkennt. Mit dieser Software können Marken und Audio-Branding-Agenturen über einen Algorithmus Playlists passend zur Markenwelt generieren können. Das Projekt wird im Rahmen des "Horizon 2020" Programms der EU mit einem Gesamtvolumen von 3.5 Millionen Euro gefördert. Insgesamt sind sieben Partner aus fünf europäischen Ländern daran beteiligt.

Neben HearDis! sind das die Technische Universität Berlin, das französische IRCAM-Institut, die italienische Soft- und Hardware-Entwickler Fincons-Group, das österreichische Marktforschungsinstitut INTEGRAL, das spanische Plattenlabel Lovemonk und das italienische Premium-Textilunternehmen Piacenza. ABC_DJ steht dabei für "Artist to Business to Business to Consumer Audio Branding System". Das kooperative Forschungs- und Innovationsprojekt ist auf drei Jahre bis Ende 2018 ausgelegt. In diesen drei Jahren werden wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Musikwirkungsforschung in die Programmierung der Software und unterstützende digitale Tools übersetzt. Ziel ist die automatisiert zusammengestellte und individuell der Marke angepasste Instore Music, die qualitativ der Live-Performance eines DJs nahekommt.

"Es geht um die kulturelle Identität Europas"

Robin Hofmann, einer der beiden Geschäftsführer bei HearDis!: "ABC_DJ zielt darauf ab, die europäische Kreativwirtschaft im globalen Wettbewerb zu stärken. Wir wollen mit dem Innovationsprojekt Akteure der akustischen Markenführung mit einem neuartigen Tool ausstatten und sie unabhängig von US-Playern machen, die den Markt mit nordamerikanischer Charts-Musik dominieren. Es geht dabei auch um die kulturelle Identität Europas und den Zugang zu Businessmodellen für europäische Künstler." Das Projekt spannt einen Bogen von den Urhebern der Musik über Werbeagenturen bis hin zu Markenkunden. Erste Ergebnisse können sich bereits jetzt sehen lassen.

Welcher Musiktitel passt zu welcher Marke?

Im ersten Teil des Projekts wurden in einer breit angelegten Online-Studie 3.500 Personen aus drei europäischen Ländern befragt. Ziel dabei war es, standardisierbare Rückschlüsse von musikalisch-akustischen Eigenschaften auf die wahrgenommene Musik zu ziehen. In dieser ersten Versuchsreihe haben die Probanden 183 Musikausschnitte aus 61 verschiedenen Stilrichtungen bewertet. Die Versuchspersonen hatten die Aufgabe, Musiktitel auf abstrakten Begriffsskalen einzuordnen (GMBI). Dabei wurde in der Studie auch der soziale und kulturelle Kontext des Probanden berücksichtigt. Die Ergebnisse fließen in die ersten Entwürfe

eines statistischen Vorhersagemodells. Dieses Modell dient dazu, Markeneigenschaften in Musikstücken zu identifizieren. Das geschieht auf der Basis akustischer Charakteristika des Songs, im Zusammenhang mit dem soziokulturellen Kontext der Hörer.

General Music Branding Inventory (GMBI)

In Zusammenarbeit mit international anerkannten Audio-Branding-Experten wurde zunächst ein Fachvokabular mit 51 Markenattributen erstellt. Dieses sogenannte General Music Branding Inventory (GMBI) stellt das erste mehrsprachige und wissenschaftlich fundierte Inventar in diesem Bereich dar. "Mit dem GMBI ist es uns erstmals gelungen, der Audio-Branding Welt eine gemeinsame Sprache zu verleihen. Endlich können Agenturen, Labels und Kunden ohne Missverständnisse geeignete Strategien der Markenführung kommunizieren", sagt Dr. Jochen Steffens, Projektleiter seitens der TU Berlin.

Über HearDis!

HearDis! ist eine Full Service-Agentur für Corporate Sound mit Sitz in Berlin und Stuttgart. HearDis! ist seit 2005 aktiv und beschäftigt aktuell 21 Mitarbeiter. Die HearDis! GmbH übernimmt die Konzeption, Planung und Durchführung akustischer Markenkommunikation. Die Music-C consultants unterstützen Marken in den Bereichen Audio Branding, Instore Music, Voice- & Music Production, Music Consulting & Licensing sowie Content Marketing mit Musik.

Pressekontakt

Laura Zehentbauer / Anton Martic / +49 (0)89 7167 223 10
laura.zehentbauer@rotwand.net / anton.martic@rotwand.net



www.abcdj.eu

[➤ Ausstellerdatenblatt](#)