



hörbar erlebbar

## AUDIO LOGO

Verständnis | Strategie | Umsetzung |  
Anwendung

Vom Workshop zur hörbaren Markenidentität

## Inhalt

### WARUM

ein Audiologo

### THINKFEEL

Was soll das Audiologo für Tyrolit leisten

### KLANG = BEZIEHUNG

Welche Verbindungen sind besonders relevant

### WAS VERSETZT ALLES IN SCHWINGUNG

Welche Werte werden mit Tyrolit in Verbindung gebracht

### VERDICHTUNGEN

Was zählt ...

### WIR HABEN ECKEN UND KANTEN

Klangcharakter der Marke

### FORMGEBUNG

Wie aus den Workshop-Ergebnissen Klang wurde

### UNAUSGESPROCHEN AUSGESPROCHEN

Das Tyrolit Audiologo

### ANWENDUNG

## Warum ein Audiologo

- || für Situationen, wo man **hörbar**, aber nicht sichtbar ist
- || zur **Emotionalisierung** der Marke
- || zur **Verstärkung** des optischen Logos
- || um die **Wiedererkennbarkeit** im Medienrummel zu erhöhen
- || um etwas von der **Besonderheit** des Unternehmens mitschwingen zu lassen
- || zur Stärkung der persönlichen **Bindung** zum Unternehmen (intern wie extern)

Das Audiologo, oder Soundlogo, verdichtet Werte, Motivation und Ziele eines Unternehmens in eine kurze akustische Form.

Das klingende Ergebnis entwickelt seine eigenständige Kraft durch die Verbindung mit und der Verankerung im Unternehmen.

Ein Audiologo ist immer auch eine Geschichte.

# THINKFEEL

→ Ein Logo, das man versteht,  
weil man es spürt - und  
spürt, weil man es versteht.

Ein Workshop bei Tyrolit lieferte das inhaltliche Fundament für die Umsetzung. Dieser Termin wurde auch genutzt, um Audioaufnahmen vom Produktionsprozess und den Materialien zu machen.

Die Teilnehmer waren:  
**Michael Weis** (*Head of Corporate Communication & Branding*)  
**Markus Hettegger** (*Brand Communication Manager*)  
**Anna Lena Madreiter** (*Corporate Service Manager*)  
**Peter Kollreider** (*hoerwinkel*)

## Was soll das Audiologo für Tyrolit leisten

Kernanforderungen aus dem Workshop in verdichteter Form

|| **Verlässlichkeit** aufzeigen

|| die **Mensch-Technologie Balance** darstellen

|| **Technologieführerschaft**/Marktpräsenz deutlich machen

|| Emotionale Resonanz erzeugen

|| den versteckten Beitrag zum Alltagsleben verdeutlichen

Das Audio-Logo soll das Erlebnis mit der Marke auf den Punkt bringen. Dazu gehört die Verlässlichkeit der Produkte wie auch ein bewusst berücksichtigtes Gleichgewicht von Mensch und Technologie.

Es soll verbindend wirken und emotionale Resonanz erzeugen. Verweise auf die Innovationskraft des Unternehmens und die allgegenwärtige Präsenz der Schleifmittel sind erwünscht.

Die Geschichte des Unternehmens wird als nachrangig eingestuft. Ebenso die Lokalität Österreich und der regionale Bezugsrahmen.

# KLANG

=

# BEZIEHUNG

→ Unsere Welt ist dynamisch.  
Unsere Beziehungen auch.  
Starke Verbindungen bleiben.  
Welche Beziehungen sind  
zentral?

Marke  
=  
Beziehung

## Welche Verbindungen sind besonders relevant

TOP 3

|| Mitarbeiter

|| langfristige Partnerschaften (Kunden, Lieferanten, ...)

|| Technologieentwicklung + Ökologie

Viele Fäden verbinden die Protagonisten des Unternehmens. Manche sind stärker als andere und sollen in der Produktion des Audio-Logos intensiver berücksichtigt werden.

Der Wert der Mitarbeiter wird hier besonders hervorgehoben, ebenso die Partner, die das tägliche Arbeitsleben begleiten.

Thematisch wird klar kommuniziert, dass der Bezug zu Technologie und Ökologie einen besonderen Stellenwert aufweist.

Klang  
=  
Verdichtung

# WAS VERSETZT ALLES IN SCHWINGUNG ?

## Welche Werte werden mit Tyrolit in Verbindung gebracht

5 ZENTRALE WERTE

|| Innovation

|| Mut / Neugierde / Bewegung / Spieltrieb

|| Selbstbewusstsein

|| Kooperationsfähig (zuhören,  
Aufmerksamkeit, Respekt, Wertschätzung,  
soziale Verantwortung ...)

|| Langfristigkeit / Beständigkeit

WAS SICHER NICHT  
- rein ergebnisorientiert (monetär)  
- Drang zur Standardisierung  
- esoterisch  
- schlicht und einfach

# VERDICHTUN GEN

*Tyrolit ist ein global agierendes, technologisch führendes Unternehmen, das Präzision, Beständigkeit und Know-how verbindet.*

*Tyrolit ist ein »Hidden Champion« - eine Kraft, die vielerorts einwirkt, ohne sich in den Vordergrund zu drängen. Sie wirkt durch Zuverlässigkeit, Partnerschaft und handwerkliche Kompetenz.*

### **Stille Exzellenz statt greller Präsenz**

→ Tyrolit hat Einfluss, ist aber nicht marktschreierisch, sondern zurückhaltend und präzise. Das Audio-Logo soll diese Kraft hörbar machen.

### **Materialität und Präzision im Kern**

→ Tyrolit klingt nicht metaphorisch, sondern körperlich. Das Audiologo soll eine stoffliche, fühlbare Klangqualität haben (statt bloßer Tonalität).

### **Technologie-Mensch-Balance**

→ Tyrolit ist technische und handwerkliche Intelligenz vereint. Diese Dualität - präzise Maschine vs. fühlender Mensch - soll akustisch berücksichtigt werden.

### **Was letztendlich zählt ...**

- Verlässlichkeit
- Handschlagqualität
- Lösungsorientiertes Denken und Handeln
- Wertschätzung der Partner aller Größen
- Kommunikation auf Augenhöhe
- Professionalität & Qualität

# »» WIR HABEN ECKEN UND KANTEN««

## Klangcharakter der Marke

ERGEBNISSE AUS DEM WORKSHOP

ATMOSPHÄRE	NACHT	ERDIG	ERNST	STRENG
BEWEGUNG	SCHNELL	IMPULS	ZYKLISCH	STATISCH
RAUM / MASSE	SPITZ	DICHT	RAUM	SCHWER
KLANG	GERÄUSCH	4-KLANG	KOMPLEX	ATONAL
WELT	KÖRPERLICH	MECHANISCH	ELEKTRONISCH	
SYSTEM	VERTEILT	INTERNATIONAL	GLEICHMÄSSIG	PRÄZISE

### Wäre Tyrolit ein Geräusch ...

- || Swoosh
- || Partikel und Verdichtung
- || einfacher Klang
- || herunter rieselndes Korn
- || Winkelschleifer
- || startende Maschine



JA: Schamott reiben, leichte  
Bewegungen mit Alufolie, Lehm zwischen  
Fingern

NEIN: Bachsteine, Ursprung, Holzspäne

Wie klingt das Gegenteil von Tyrolit:  
Vivaldi  
Kelly Family  
Mainstream austauschbar poppig

# FORM GEBUNG

## Wie aus den Workshop-Ergebnissen Klang wurde

Hier beginnt der Brückenbau: Die Eigenwahrnehmung der Beteiligten wird mit der Außenwahrnehmung des Experten verbunden und abgeklärt. Dann erfolgt die Übersetzung in Klänge.

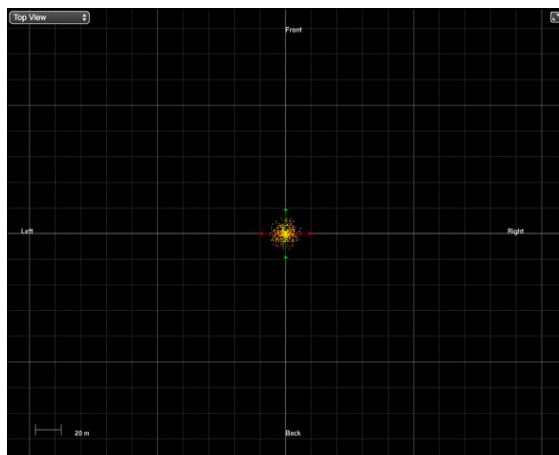
Wir haben Klangmaterial durch Audio-Aufnahmen in den Produktionsstätten gesammelt und Tests mit verschiedenen Materialien im akustisch optimierten Studio gemacht.

Über zahlreiche Sound-Experimente und mit Klängen aus anderen Quellen, haben wir ein Instrumentarium geschaffen, das inhaltlich und ästhetisch den erarbeiteten Vorgaben entspricht.

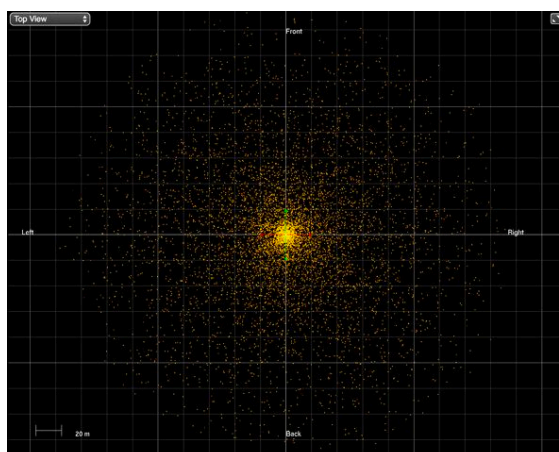
Mit diesem Instrumentarium haben wir eine erzählende Form gebaut.

## Ein zentrales Element

Die Partikel der Schleifscheiben, die Körner, waren von Beginn an ein wichtiger konzeptionelle Anker. Wir haben Aufnahmen mit fein rieselndem Material im Studio gemacht und die fallenden Körner anschließend am Computer einzeln isoliert. Diese Partikel wurden mit einer Software von einem Punkt aus emittiert und im 3D-Audio Raum zu einer Partikelwolke ausgeweitet.



Partikelquelle



Partikelwolke

## Weitere Klänge

Wichtig war uns die **Kraft der Tätigkeit** im Umgang mit den Werkzeugen einzubringen.

Zudem wollten wir die **Verbundenheit** spürbar machen, die Menschen empfinden, die sich diesen körperlichen und oft auch gefährlichen Arbeiten widmen.

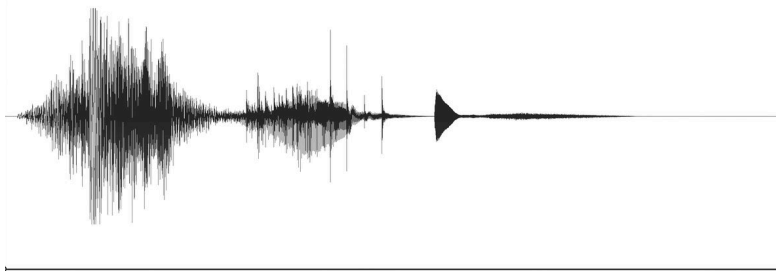
Die **Tradition** des Handwerks wurde berücksichtigt wie auch der hohe **Qualitätsanspruch**.

Wir haben uns bewußt gegen die sprachliche Nennung des Firmennamens in der Hauptversion (mehr dazu siehe unten) entschieden. Durch die gesprochene Benennung können die restlichen Klänge als reine Dekoration missverstanden werden.

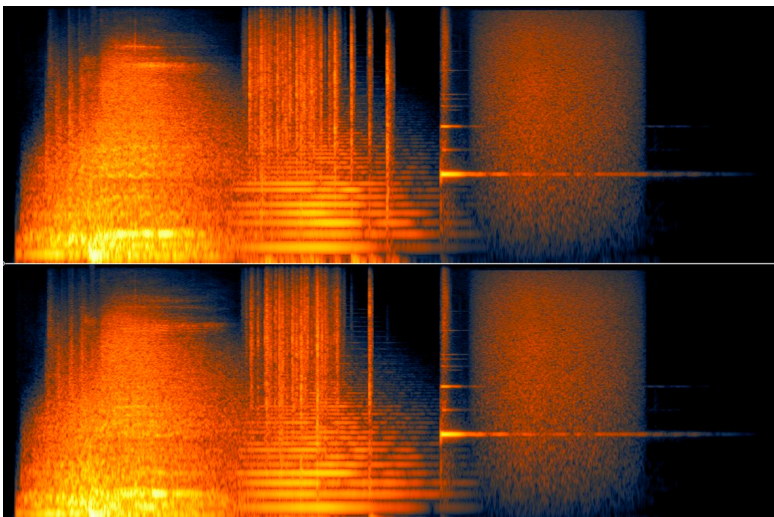
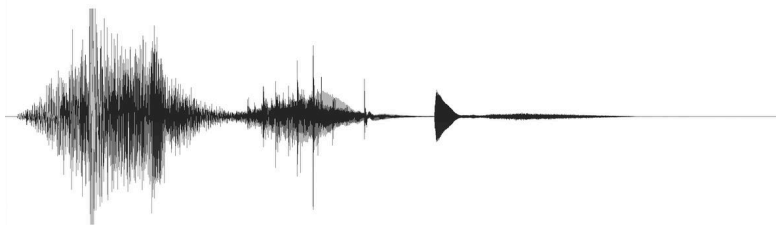
Im Zuge der Erarbeitung haben wir jedoch eine Möglichkeit gefunden nicht nur über die Klänge von Tyrolit zu erzählen, sondern den Namen des Unternehmens unausgesprochen beim Hörer/der Hörerin resonieren zu lassen.

# UN AUSGE SPROCHEN AUSGE SPROCHEN

## DAS TYROLIT AUDIOLOGO



Wellenform

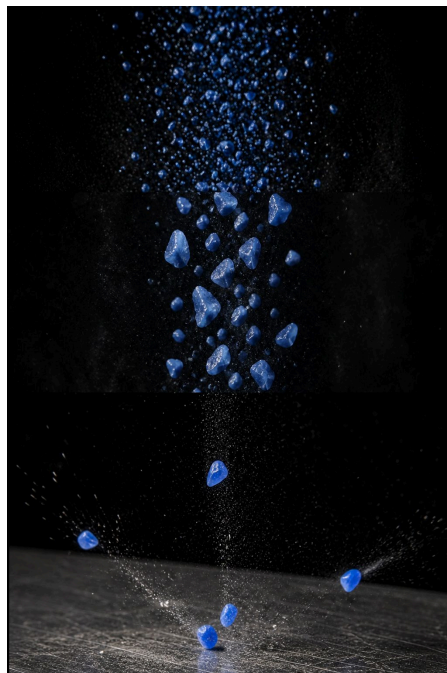


Spektrogramm

## DIE ELEMENTE

### **Korn, Rieseln, Rauschen**

Wir haben unterschiedliche Grade des Schleifens integriert. Von den oben erwähnten, groben Partikeln bis zum Geräusch von feinstem, rauschhaften Schleifen. Dies bildet einerseits die Vielseitigkeit ab, in denen die Produkte des Unternehmens zum Einsatz kommen. Andererseits verweist die Verwendung der Körner direkt auf den Schleifprozess selber: Das regelmäßige Ablösen der Körnung von der Schleifscheibe, um die Schleifqualität zu erhalten und der Bearbeitungsverlauf von grob zu fein. Die Inszenierung des Ablöseprozesses im 3D-Audioraum hat uns die Möglichkeit gegeben, auf die Innovationskraft des Unternehmens hinzuweisen.



## Anklopper, »Ping«

Am Ende des Logos ist ein perkussives, hohes Geräusch zu hören, ein »Ping«. Dabei handelt es sich um die hörbare Qualitätskontrolle einer Schleifscheibe. Klingt das Material klar, ist die Scheibe in Ordnung, klingt es nur kurz oder verzerrt, ist die Scheibe defekt und wird aussortiert. Mitarbeiter übernehmen diese Qualitätskontrolle händisch während der Produktion. Wir haben die Überprüfung im Studio mit einer intakten Scheibe nachgestellt.

Das »Ping« haben wir an das Ende des Logos gestellt, um einen sauberen Abschluss zu inszenieren.



Er ist auch ein Hinweis auf die Präzision, mit der gearbeitet wird. Dadurch, dass die Tonfolge mit dem »Ping« nach oben gezogen wird, öffnet sich das Audiologo.

## **Trommeln, Becken**

Die Trommeln zu Beginn beschleunigen das Audiologo und bereiten die erste Silbe, das »Ty« vor. Sie machen gleich deutlich, dass hier Kraft im Spiel ist Kontrolle.

Das Becken, Cymbal, verdichtet den ersten Eindruck und bildet ein Soundbett für die erste Silbe. Es ist selbst ein Objekt aus Metall, das viele Schleifprozesse durchgemacht hat, um in dieser perfekten Form zu klingen.

Die Trommeln und das Becken verweisen auf das ausgeprägte Selbstbewusstsein des Unternehmens und damit speziell auf das Vertrauen, das mit den Produkten verbunden ist.

## **Bassposaune**

In der Mitte erklingt zugleich mit den Partikeln ein konkreter Ton. Dieser tonale Einwurf einer Bassposaune ist nicht willkürlich gesetzt. Zum Einen lockert er das geräuschhafte Ganze durch den eindeutigen Ton spürbar auf. Zum Anderen verweist dieses Orchesterinstrument aus Metall auf den kulturellen Hintergrund: Auf die Handwerkskunst, auf die Beständigkeit und auf die tiefreichende Erfahrungswelt des Unternehmens.

## Chor - Silbe »Ty«

Nach dem »Start« der Maschine durch die Trommeln, ertönen Stimmen. Sie sprechen ein »Ty«, die erste Silbe der Marke Tyrolit. Wir haben mit unterschiedlichen Stimmen einen Chor zusammengestellt und diesen um den Hörer/die Hörerin herum im 3D-Audioraum platziert. Dadurch läßt sich ein Gemeinschaftsgefühl erspüren, weil Stimmen verbinden - ganz nach der Tagline: **»Made by many, heard (orig. ›told‹) as one.«** Jedes Unternehmen beginnt mit Menschen, so auch der Name. Das »Ty« bildet die erste Silbe des unausgesprochen ausgesprochenen Firmennamens. Sie stößt den Prozess zur Vervollständigung des ganzen Namens an.



## **Hidden Champion.**

Unausgesprochen ausgesprochen verweist  
auf die Selbstdefinition des  
Unternehmens als »Hidden Champion«:  
Beinahe jedes hergestellte Produkt am  
Markt ist irgendwann im Laufe der  
Herstellung dem ein oder anderen  
Schleifprozess begegnet. Tyrolit  
leistet hier einen wertvollen Beitrag,  
ohne laut zu sein - eben ein  
**Hidden Champion.**

Das Audiologo spiegelt diese stille  
Exzellenz wieder, da der Firmenname  
nicht konkret ausgesprochen, jedoch im  
Kopf der HörerInnen angeregt wird:

Das »**Ty**« ist die konkrete erste Silbe.  
Die Bassposaune spielt das »**ro**«.  
Und das »Ping« aktiviert das »**lit**«.

# AN WENDUNG

## Anwendung und Leitlinien

Das Audiologo ist ein zentrales Element der Markenidentität. Seine konsistente und unveränderte Verwendung ist entscheidend für Wiedererkennbarkeit und Markenwirkung über alle Medien hinweg.

### Konsistenz

Das Audiologo ist stets in seiner originalen, freigegebenen Form zu verwenden. Änderungen an Struktur, Timing oder Klangcharakter sind nicht zulässig.

### Einsatzbereich

Das Audiologo wird an definierten, wiederkehrenden Kontaktpunkten eingesetzt, insbesondere am Anfang oder Ende von Bewegtbild- und Audioformaten.

Beispiele für Anwendungsfelder:

- Produkt- und Trainingsvideos
- Corporate Informationssendungen
- Podcasts und Radiobeiträge
- TV-Spots, Online-Ads, Kinowerbung
- Pre-/Post-Roll-Signaturen auf Plattformen wie YouTube oder Instagram
- bei Firmen-Events und Ausstellungen

Das Audiologo kann in Verbindung mit dem visuellen Logo und für sich allein stehend eingesetzt werden.

### **Lautstärke und Einbettung**

Das Audiologo ist so einzubetten, dass es klar wahrnehmbar ist, ohne dominant oder störend zu wirken. Es darf nicht von anderen Audioelementen überlagert werden.

Die Lautheit ist an das jeweilige Medium anzupassen, ohne den Klangcharakter zu verändern.

### **Audiodaten**

Das Audiologo wird im WAV-Format mit einer Abtastrate von 48 kHz und einer Auflösung von 24 Bit geliefert.

Für den Online-Bereich kann das Audiofile komprimiert werden. Es wird jedoch empfohlen, eine Datenrate von mindestens 192 kbps beizubehalten, da andernfalls klangliche Feinheiten verloren gehen. Mehrfache Umwandlungen oder unnötige Neukompressionen sind zu vermeiden, um Qualitätsverluste auszuschließen.

Das Audiologo ist so konzipiert, dass es auf allen gängigen Wiedergabegeräten zuverlässig wiedergegeben werden kann.

### **Kurzversion**

Für Szenarien, wo der zeitliche Spielraum begrenzt ist oder es wichtig ist den Markennamen auszusprechen, stellen wir eine Kurzversion bereit. Diese ist nur im Rahmen dieser Sonderfälle zu benutzen und ist keine gleichwertige Alternative zum eigentlichen Audiologo.

## Do's & Don'ts Zusammenfassung

- Einsatzpunkte konsistent halten (z. B. Start/Ende eines Spots).
- Primär die Master-Version verwenden (WAV 48 kHz / 24 Bit).
- Komprimierte Derivate  $\geq 192$  kbps (z. B. AAC/MP3).
- Lautheit an die umgebenden Audio-Inhalte anpassen (damit das Logo sich nicht aufdrängt oder untergeht).
- Lautheit an das Einsatz-Medium anpassen (Streaming, Broadcast etc.).
- Ausreichend Abstand zu Sprache/Musik vorher und nachher setzen.
- Kurzversionen nur dort verwenden, wo Zeit/Format es erfordern.
- Keine eigenmächtigen Kürzungen – nur freigegebene Cuts nutzen.
- Bei Bewegtbild exakt mit visuellen Markenmomenten abstimmen.
- Keine unnötige Re-Kompression oder Mehrfach-Exportketten.
- Nicht pitchen, timestretchen, filtern oder mit Effekten überlagern.
- Keine Nutzung einzelner Bestandteile
- Keine Kombination mit nicht autorisierten Soundelementen

FIN



Das Tyrolit Audiologo:

*akustische Verdichtung einer präzisen,  
partnerschaftlichen und materialnahen  
Marke.*

Konzeption & Gestaltung  
Mag. Peter Kollreider  
hoerwinkel

[pk@hoerwinkel.com](mailto:pk@hoerwinkel.com)

+43 699 1956 9166

