

### Ihr AUDIO-LOGO am Telefon

Unternehmen schicken Geschäftspartner und Kunden viele Stunden pro Jahr in eine Telefon-Warteschleife oder auf einen Anrufbeantworter. Bei einer Verweildauer von durchschnittlich 20 bis 60 Sekunden je Anruf, sollte der Auftritt eines Unternehmens so optimal wie möglich auf Anrufer und Kunden abgestimmt sein.

Unternehmen scheuen selten Kosten, um sich durch Werbung in Szene zu setzen. Jedoch wird beim Medium Sprache und Telefon die Corporate Identity oft völlig vernachlässigt. Üblicherweise muss sich eine Mitarbeiterin stimmlich darum bemühen, die außerhalb der Geschäftszeiten anrufenden Kunden auf den nächsten Tag zu vertrösten und dazu sorgt der hinterlegte Lieblingssong des Chefs möglicherweise sogar noch für eine unvorteilhafte Grundstimmung. Da fast alle Erstkontakte über das Telefon ablaufen, werden in dieser Art oft wertvolle Möglichkeiten einer positiven Imagebildung verspielt.

Sprach- und Warteansagen professionell produzieren zu lassen, sollte deshalb eine Selbstverständlichkeit sein. Noch dazu, weil dadurch die Möglichkeit eröffnet wird, die auditive Umsetzung der Corporate Identity des Unternehmens zum Ziel zu haben. Dabei sollten das Image, das man transportieren möchte, bei der Gestaltung im Vordergrund stehen.

Telefonjingles werden vor allem von der Stimme dominiert. Unser Tonstudio arbeitet mit einem internationalen Sprecherpool professioneller Sprechern und Sprecherinnen zusammen. Eine professionelle Stimme und die erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte sind nicht billig, aber wenn Sie Image und Professionalität transportieren möchten auch jeden Euro wert. Profisprecher und erfahrene Sounddesigner können die erwünschte Selbstdarstellung entsprechend umsetzen und damit auch akustisch vermitteln.

Werden Musikelemente unterlegt, bestimmt die Art eines Unternehmens den Stil. Bei der Auswahl der Musikrichtung sollten individuelle Vorlieben zurücktreten. Jeder hat seinen individuellen Geschmack, die Anrufer jedoch werden im Durchschnitt wohl in den seltensten Fällen den Musikgeschmack einer Person uneingeschränkt teilen. Gesang oder Sprechgesang stören zudem die Verständlichkeit der Information und sind deshalb eher nicht gut geeignet. Ob eine klassische, eine moderne Linie oder die Gestaltung mit Elektronikelemente gewählt wird, ist deshalb gut zu überlegen. Wichtig ist, dass das gewählten Sounddesign zum Unternehmen passt, auf die Corporate Identity und das Kundenklientel abgestimmt ist und nicht nerven darf. Der Zweck, den Anrufer freundlich gestimmt in der Leitung zu halten und dabei gut verständlich zu informieren, sollte deshalb neben der Selbstdarstellung vor allem die Auswahl mitbestimmen.

Auf Gebühren und Folgekosten, sowie mögliche rechtliche Konsequenzen sollten Sie besonders achten. In Österreich und Deutschland gibt es AKM- und gemapflichtige sowie AKM- und gemafreie Musik. AKM- und gemapflichtig, weil durch viele Rechte geschützt, ist in der Regel jede Musik, die über Medien, im freien Handel und auf Tonträgern erhältlich ist. Bei der Nutzung einer solchen Musik werden zur Abgeltung der jeweiligen Rechte regelmäßig Gebühren fällig. Abgerechnet wird nach Art und Anzahl der Nutzungen. Das kann schon recht teuer werden, vor allem aber dann, wenn die Einhaltung von gültigen Rechtsansprüchen ignoriert werden.

Alternativ sollte man sich eher für AKM- und gemafreie Musik bzw. Musikelementen entscheiden, die auch individuell komponiert oder gestaltet werden. So kann dieser Sound natürlich auch als Audio - Corporate Identity des Unternehmens produziert und dann auch in anderen Werbemedien, wie Internet, Werbespots für Veranstaltungen oder Imagefilmen verwendet werden.

Bei Werbebotschaften sollte darauf geachtet werden, dass die Infos nicht erdrücken. Optimal sind deshalb Kurzinformationen, wie z.B. der Verweis auf die Webseite oder auf Geschäftszeiten. Solche Hinweise verkürzen auch Telefonzeiten und entlastet den Kundenservice. Der Verzicht auf „Bitte warten“ und „Please hold the line“ wiederum entlastet die Nerven der Anrufer, denn diese Floskeln werden ohnedies zur Genüge strapaziert.

Bei komplexeren Botschaften ist es unerlässlich zu prüfen, was die Telefonanlage technisch zu leisten vermag. Läuft die akustische Warteschleife im Loop, geht ein Teil der Botschaft verloren, wenn der Anrufer an irgendeiner Stelle in die Warteschleife umgeleitet wird. Moderne Telefonanlagen bieten die Möglichkeit an, Warteschleifen so zu starten, dass jeder Anrufer von Beginn an bedient wird. Auch muss geklärt werden, in welchem Audioformat die Jingles in die Telefonanlage eingespielt werden kann und auf welchem Medium die Produktion anzuliefern ist.

Tonstudios produzieren normalerweise im High-end-Bereich. Ein optimaler Eindruck am Telefon erfordert aber ein anderes Produkt, denn Telefonanlagen verarbeiten nur eingeschränkte Bandbreiten. Im Gegensatz zu einer hochwertigen CD-Produktion muss deshalb eine Produktionstechnik gewählt werden, die dennoch das Optimum an Klang und Verständlichkeit garantiert.