



## Sound On: Mastercard stellt Sonic Brand vor

**Mastercard setzt neue Massstäbe im Bereich der Markenführung und präsentiert seine neue akustische Markenidentität in Form einer umfassenden Soundarchitektur.**

Zürich, 12. März 2019 – Mastercard ist nicht mehr nur eine Marke, die man sehen, fühlen und erleben kann, sondern in Zukunft auch hören wird. Durch die rasante Verbreitung von intelligenten Lautsprechern, verschiedensten Formen von Sprachassistenten, der zunehmenden Beliebtheit von Podcasts und Musik-Streaming-Diensten ist eine Audio-Strategie für eine Marke entscheidend geworden. «Klang verleiht unserer Markenidentität eine kraftvolle neue Dimension und trägt wesentlich dazu bei, wie Menschen Mastercard heute und in Zukunft wahrnehmen», sagte Raja Rajamannar, Chief Marketing and Communications Officer von Mastercard, bei der Präsentation der Sonic Brand in Berlin.

Bei einem erwarteten Umsatz von 40 Milliarden Dollar durch sprachgesteuerte Einkäufe bis 2022 sind Audio-Identitäten eine neue Dimension der Verbindung von Marken mit Konsumenten. Sie werden zu Werkzeugen, die es den Verbrauchern ermöglichen, in einer zunehmend digitalen und mobilen Welt zu kaufen, zu erleben und zu bezahlen.

Bereits heute geben 20 Prozent der Konsumenten an, in Zukunft lieber einen Smart Speaker für Einkäufe und Transaktionen zu benutzen, statt einen physischen Laden oder eine Bank zu besuchen. In den nächsten drei Jahren wird diese Zahl auf rund ein Drittel klettern und damit auch die effektive Nutzung von Voice Commerce um das sechsfache steigen. Entsprechend dieser Entwicklung wird demnächst der erste Smart Speaker Skill für Priceless eingeführt, in dem der Mastercard-Sound integriert ist.

### Globale Resonanz, lokale Relevanz

Um sicherzustellen, dass die Mastercard-Melodie Menschen weltweit erreicht, hat das Unternehmen mit Musikern, Künstlern und Agenturen aus der ganzen Welt zusammengearbeitet. Mit dabei ist unter anderem auch Mike Shinoda, der Sänger von Linkin Park.

«Was ich an der Mastercard-Melodie am meisten liebe, ist, wie flexibel und anpassungsfähig sie über Genres und Kulturen hinweg ist», sagt Mike Shinoda. «Es ist wirklich schön zu sehen, wie sich eine grosse Marke durch Musik ausdrückt, um damit ihre Verbindung zu den Menschen noch mehr zu stärken.»

Die unverwechselbare und einprägsame Melodie erzeugt eine globale Markenstimme, die gleichzeitig lokalen Bezug haben kann. Darüber hinaus ermöglicht die Verwendung unterschiedlicher Instrumente und Tempi verschiedene filmische, opernhafte oder jugendliche Stile, die parallel auch regionale Interpretationen zulassen.

Die Mastercard-Melodie dient als Grundlage der Soundarchitektur des Unternehmens. Diese wird sich in verschiedenen Formen und Varianten äussern – von Partituren, Soundlogos und Klingeltönen bis hin zu Musik und Akzeptanztönen am Point-of-Sale.

### Mastercard-Sound erstmals im Einsatz: Superbowl-Spot mit Camila Cabello

Im Vorfeld der 61. GRAMMY-Awards startete Mastercard ein neues Multi-Channel-Marketing-Programm zusammen mit der GRAMMY-nominierten Künstlerin Camila Cabello. Bei einem Superbowl-Spot kam der Mastercard-Sound erstmals zum Einsatz.

Damit ist die Musikerin Teil der ersten kreativen Produktion, die das neue Sound-Logo der Marke beinhaltet. «Ich bin so begeistert, mit Mastercard zusammenzuarbeiten und den Fans dadurch neue Möglichkeiten zu bieten», sagt Camila Cabello.

### Mastercard-Sound erstmals im Einsatz: Superbowl-Spot mit Camila Cabello

Im Vorfeld der 61. GRAMMY-Awards startete Mastercard ein neues Multi-Channel-Marketing-Programm zusammen mit der GRAMMY-nominierten Künstlerin Camila Cabello. Bei einem Superbowl-Spot kam der Mastercard-Sound erstmals zum Einsatz.

### Sonic Brand Launch-Event in Berlin

Am 15. Februar wurde die neue Soundarchitektur von Mastercard im Soho House in Berlin einem ausgewählten Publikum präsentiert. Weiterführende Informationen und Bilder des Launch-Events finden Sie in diesem [Blogbeitrag](#).

Zudem können Sie sich [hier](#) die Eröffnungsrede von Peter Bakenecker, Divisional President für Deutschland und Schweiz, anschauen, sowie [hier](#) die Keynote von Raja Rajamannar, Chief Marketing & Communications Officer bei Mastercard, zum europäischen Launch der Sonic Brand.

[Video: Mike Shinoda](#)

[Video: Soundbeispiel](#)

[Spot: Camila Cabello](#)

[Video: European Listening Launch – Keynote and Reveal of Sonic Brand by Raja Rajamannar](#)

Die komplette Sound-Sammlung der Sonic Brand von Mastercard finden Sie auf im [Global Newsroom](#).

Juliane Schmitz-Engels  
Mastercard  
Head of Communications Germany and Switzerland  
Tel: +49 172 1880 720  
[juliane.schmitz-engels@mastercard.com](mailto:juliane.schmitz-engels@mastercard.com)

Sandra Iseli  
GRIP Agency AG  
Mastercard Media Office  
Tel. +41 43 222 60 36  
[media-zuerich@mastercard.com](mailto:media-zuerich@mastercard.com)