



**Barmenia
Gothaer**

27.01.2026 09:30 CET

BarmeniaGothaer launcht Sound Brand

Köln/Wuppertal – 27. Januar 2026: Nach dem erfolgreichen Markenlaunch im Jahr 2024 erweitert die BarmeniaGothaer ihren Markenauftritt um eine weitere Dimension: eine eigene Klangwelt. Das Ziel: Die Marke über alle Kontaktpunkte hinweg durch ein klar definiertes und konsistentes Hörerlebnis weiter zu stärken und mittels AI die sprachliche Marken- & Service-Kommunikation zukunftssicher zu managen.

„Die Marke entwickelt sich seit Launch kontinuierlich positiv. Wir sehen eine überaus erfreuliche Steigerung der Markenbekanntheit und Präferenz. Für uns war es deshalb der nächste logische Schritt, diese Stärke auszubauen und die Marke akustisch erlebbar zu machen. Durch die Sound Brand wollen wir die

Wiedererkennbarkeit unserer Marke noch einmal festigen – ganz gleich, ob in Kampagnen, am Telefon oder im digitalen Umfeld“, so Heiko Scholz, Marketingleiter bei der BarmeniaGothaer.

Der Sparkle im Zentrum

Die Sound Brand folgt einer klaren Systematik und basiert auf der Markenstrategie. Ein zentraler Sound- und Voice-Guide sorgt für Konsistenz. Zentraler Bestandteil ist der Sparkle Sound: eine charakteristische Tonfolge, die Aufbruch, Leidenschaft und Stärke vermittelt. Das Klavier steht für Menschlichkeit und Wärme, der ruhige Endton für Haltung und Verlässlichkeit.

[Eingebundenes Material ansehen](#)

Musik. Sound Logo. Stimme.

Neben dem Sparkle Sound besteht die Sound Brand aus mehreren zentralen Assets. Dazu gehören:

- das Sound Logo: eine Komposition aus Sparkle und Wortmarke oder Wortmarke und Claim
- die Brand Music „Ignite the Spark“: ein Song, der die Markenwerte und den Claim erlebbar macht (hörbar auch bei Spotify:)
- das audiovisuelle Logo: bestehend aus visueller Logo-Animation

- und Sound Logo bzw. Sparkle die Brand Voices (Human & AI): mit einem sogenannten Voice Squad setzt die BarmeniaGothaer ein weiteres starkes Zeichen für auditive Markenführung. Im Zentrum steht die charakteristische Hauptstimme „Stella“, die es sowohl als realer Sprecherstimmte als auch als KI-Clon gibt. Das ermöglicht eine effiziente Nutzung und hohe Skalierbarkeit in unterschiedlichsten Einsatzgebieten. Für die funktionale Kommunikation kommt eine zweite Stimme ins Spiel: die Support-Voice „Liam“. Als rein KI-basierte Stimme kommt er gezielt an Touchpoints zum Einsatz, an denen ein anderes Stimmterritorium sinnvoll ist, und erweitert so das akustische Spektrum flexibel.

[Eingebundenes Material ansehen](#)

Überall erlebbar

Um eine konsistente Klangwelt zu schaffen, wird die Sound Brand sukzessive über alle Touchpoints hinweg ausgerollt: von Events und Social Media über Telefonie und Kampagnen bis hin zu Voice Bots.

Zum neuen auditiven Markenauftritt

Die Entwicklung der Brand Sound Assets erfolgte in Zusammenarbeit mit WESOUND. Die Brand Voice Konzeption sowie die technische

Implementierung wurden gemeinsam mit comevis entwickelt und realisiert.

Über WESOUND

WESOUND ist eine Agentur für strategisches Sound Branding und Sonic Experience Design. Gemeinsam mit Marken entwickelt WESOUND auditive Identitäten, die aus der Markenstrategie abgeleitet sind und an allen Touchpoints zuverlässig greifen: von Kampagnen in Social Media und klassischen Kanälen über Events bis hin zu Service-Hotlines und stationären Markenerlebnissen am Point of Sale. Mit hohem gestalterischem Anspruch entstehen akustische Leitsysteme, die Markenwirkung konsistent übersetzen und im Kundenalltag verlässlich verankern.

Über comevis

comevis ist ein spezialisierter Anbieter für Audio-Strategien und auditive Marken- und Customer-Experience-Lösungen. Das Leistungsspektrum umfasst Audio Branding, Audio Brand Management, AI Agent Experience sowie Conversational Design. Das Unternehmen entwickelt strategische Grundlagen für den Einsatz von Audio in Marken- und CX-Kontexten und begleitet deren Umsetzung mit strukturierter Methodik und skalierbaren Ansätzen. Ziel ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, auditive Touchpoints konsistent, wirksam und zukunftsfähig zu gestalten

Die BarmeniaGothaer Gruppe gehört mit rund acht Millionen Kundinnen und Kunden, 7.500 Mitarbeitenden sowie Beitragseinnahmen von rund 8,5 Milliarden Euro zu den Top10 Versicherern in Deutschland und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit.

Angeboten werden alle Versicherungssparten für Privat- und Firmenkunden. Dabei setzt das Unternehmen auf qualitativ hochwertige persönliche und digitale Beratung sowie die Unterstützung seiner Kundinnen und Kunden auch über die eigentliche Versicherungsleistung hinaus. Als einer der führenden Partner für den Mittelstand bieten die BarmeniaGothaer Unternehmen eine umfassende Absicherung gegen alle relevanten Risiken. Neben vielfältigen Schutzkonzepten unterstützen sie ihre Firmenkunden auch bei aktuellen Herausforderungen wie der Mitarbeitendengewinnung und -bindung.

Privatkunden bietet die BarmeniaGothaer neben dem klassischen Versicherungsschutz und der Altersvorsorge auch digitale Services sowie vielschichtige Gesundheitsdienstleistungen. Als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit ist die BarmeniaGothaer nur ihren Mitgliedern – also ihren Kundinnen und Kunden verpflichtet – nicht etwa Aktionären. Durch diese Unabhängigkeit kann das Unternehmen langfristig und nachhaltig im Sinne seiner Mitglieder agieren.

Kontaktpersonen



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614