



hello@heardis.com

heardis.com

HearDis!

GmbH

T: +49 (0)30 225 027 78 0

F: +49 (0)30 225 027 78 99

Christinenstraße 22

10119 Berlin • Germany

T: +49 (0)711 518 92 98 0

T: +49 (0)711 518 92 98

90

Christophstraße 6

70178 Stuttgart • Germany

HearDis! *Weihnachtsmusik*

Datum: 16.11.2017

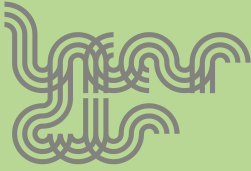
Weihnachtsmusik beim Einkaufen: Fluch oder Segen?

Berlin/Stuttgart - Rund um die Adventszeit erschallen im Supermarkt, in Warenhäusern und Shoppingcentern die klassischen Weihnachtslieder: Von Jingle Bells bis White Christmas. Experten der musikalischen Ladenbeschallung nennen das Instore Music. Die Musikprofis von HearDis! haben für Ladenbetreiber in der Weihnachtszeit eine klare Botschaft: Wer an stimmungsvoller Musik rund um die Weihnachtszeit spart, begeht einen Fehler unter dem zuallererst die Mitarbeiter und zum zweiten Kunden leiden.

Wer nach weihnachtlicher Ladenbeschallung googelt, wird im Internet schnell fündig. Die Suchtreffer lauten „Kostenlose, lizenzfreie oder gemafreie Weihnachtsmusik“, „Die 50 schönsten Weihnachtslieder“ oder „Hintergrundmusik fürs Geschäft“. Nur die wenigsten Ladenbetreiber machen damit ein gutes Geschäft. Zuallererst quälen sie ihre eigenen Angestellten mit immer denselben Liedern über Wochen hinweg. Das schlägt sich negativ auf das Gemüt der Belegschaft nieder. Diese Missstimmung entgeht auch Kunden nicht. Und zweitens geben diese Titel Kunden das Gefühl von Beliebigkeit, in dem immer wieder ähnliche Songs abgespielt werden. Dieses Gefühl wird gerade bei Filialisten auch noch multipliziert.

Professionelle Instore Music als Mitarbeitermotivation

Keine Zeit im Jahr ist für Ladenbetreiber wichtiger als die Adventszeit. Um so wichtiger ist es dabei, jede Gelegenheit zu ergreifen, um diese Verkaufszeit möglichst optimal zu nutzen. Kunden wollen begeistert und der Einkauf soll zu einem Erlebnis werden. Musik kann dabei ein wesentlicher Schlüssel sein. Passende und stimmungsvolle Musik im Laden verlängert wissenschaftlich nachgewiesen den Kundenaufenthalt sowie die Kundenzufriedenheit und erhöht damit Absatzchancen. Mit den passenden Experten an der Seite, kann ein Musikkonzept entwickelt werden, dass nicht nur zur Marke passt, sondern Identifikation stiftet und aus Besuchern begeisterte Kunden macht. Nicht zuletzt motiviert und inspiriert eine stimmige und authentische Musikauswahl das Ladenpersonal und bewirkt ein positives Arbeitsklima am Point of Sale.



Diese Details entscheiden über Erfolg oder Misserfolg

„Wir erstellen für unsere Kunden ein individuell zur Marke oder zum Store passendes Musikprofil mit sowohl "echten" Weihnachtsliedern als auch weihnachtlich klingenden Titeln. Das Ziel ist die Schaffung einer festlichen Atmosphäre, manchmal besinnlich, winterlich, auf jeden Fall nicht langweilig. Wir hören immer wieder, wie dankbar gerade Mitarbeiter über die vielfältige Musikauswahl sind“, sagt Robin Hofmann Creative Director von HearDis!.

Laut Hofmann ist einer der größten Fehler, die viele Gewerbetreibende begehen, bloß keine GEMA-Gebühren zahlen zu wollen. „Durch professionelle Beratung sind GEMA-Gebühren nicht so hoch, wie man sich das vorstellt. Der Zugewinn an musikalischer Vielfalt und Qualität dafür ist unbezahlbar“. GEMA-freie Musiktitel gibt es deutlich weniger, Stücke von bekannten Künstlern kommen nicht in Frage und auch die bereits angesprochene Qualität und Authentizität leidet. Wer als Kaufmann für hochwertige Qualität steht und Musik für seine Verkaufsräume sucht, sollte daher auch hochwertige Musik von authentischen Künstlern wählen. Diese sind meist Teil des GEMA-Repertoires. Mit den richtigen Experten an der Seite kann hier schnell das richtige Modell sowie die Balance aus Kosten und Nutzen gefunden werden.

Über HearDis!

Die 21 Mitarbeiter bei HearDis! eint die Leidenschaft für Musik. Als Musiker, als GEMA-Mitglieder, als DJs, als Inhaber eines Musiklabels oder Betreiber eines Musikverlags haben sie den Lizenz- und GEMA Tarif-Dschungel erforscht und bieten Orientierung sowie Beratung. Diese Erfahrung nutzen die Musikspezialisten für ihre Kunden. Sie beraten zur akustischen Markenkommunikation, prüfen und verhandeln Musik-Verträge, bieten ein Archiv mit 72.000 Titeln und verstehen sich als Trendscouts in Sachen Musik. Seit 2005 übernimmt die HearDis! GmbH von Stuttgart und Berlin aus die Konzeption, Planung und Durchführung akustischer Markenkommunikation.