



hello@heardis.com  
heardis.com

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

T: +49 (0)711 518 92 98 0  
T: +49 (0)711 518 92 98 90

HearDis!  
GmbH

Christinenstraße 22  
10119 Berlin • Germany

Christophstraße 6  
70178 Stuttgart • Germany

## HearDis! *Instore Music*

Datum: 24.02.2017

### Instore Music: Geschmack allein macht noch keinen guten DJ aus “Sie verkaufen, wir kümmern uns um die Musik.“

Berlin/Stuttgart – Zur Marke passende Instore Music wirkt sich nachweislich positiv auf die Kundenzufriedenheit am Point of Sale (POS) aus. Laut verschiedener Studien kann die musikalische Beschallung im Laden dazu führen, dass Kunden von 20 bis zu 40 Prozent länger im Geschäft bleiben. Gute Hintergrundmusik erhöht also die Chance auf Umsatz. Doch was macht gute Instore Music aus? Was bringt Kunden dazu, sich wohlfühlen und länger im Laden zu verweilen? Die Musik-Consultants, allesamt DJs, von HearDis! haben klare Antworten auf diese Fragen.

#### Mit Instore Music kann man viel falsch machen

“Schlechte Instore Music kann viel kaputt machen“, weiß HearDis! Geschäftsführer Robin Hofmann. “Musik, die nicht zur Marke passt, löst ein ein unstimmiges Gefühl beim Kunden aus. Die Musik ist entweder zu schnell, zu langsam, zu laut, zu leise oder langweilig und wird zu oft wiederholt. Der Kunde weiß gar nicht warum und verlässt den Point of Sale (POS). Dieses Gefühl überträgt sich auch auf die Mitarbeiter, die den ganzen Tag mit der Musik verbringen.“ Das Gegenteil bewirkt durchdachte Instore Music.

“Gelungene Instore Music ist wie ein guter DJ“

Ein guter DJ reagiert sensibel auf den jeweiligen Anlass und die Gegebenheiten seiner Umgebung. Er oder sie stellt sich auf das Publikum ein und muss dabei trotzdem einen wiedererkennbaren Stil bei der Musikauswahl haben. Gute Instore Music bewirkt etwas ganz Ähnliches: Kunden fühlen sich wohl und wissen gar nicht, wie die Zeit im Ladengeschäft so schnell vergangen ist. Gute Instore Music trägt damit zum Gesamtbild der Marke bei. Die Musik passt zu allen Gestaltungselementen im Ladenbau: analog zu Licht, Formen, Texturen, Farbe und sogar Duft. Wenn diese Elemente zur Marke passen, entsteht das “unerklärliche“ Wohlgefühl und der Kunde bleibt nicht nur so lange wie nötig am POS. Einkaufen ist damit nicht nur Produktbeschaffung, sondern wird zum Shoppinglebnis.

#### Musik für Mitarbeitermotivation und Kundenzufriedenheit

Für dieses Audio-Wohlgefühl arbeiten bei HearDis! 21 Mitarbeiter mit ganz unterschiedlichen akademischen und kreativen Hintergründen. Allen gemein ist die langjährige Erfahrung in der Musikbranche: Ob als DJ, Musiker, im eigenen Plattenlabel oder im Musikvertrieb. Seit über zehn Jahren kümmern sie sich als Agentur für akustische Markenführung für zufriedene Kunden am POS. Dafür greifen Sie u.a. auf das eigenentwickelte Sound Manual zurück. Die Music-Consultants übersetzen darin Markenattribute in ein aufregendes Klangbild für die Beschallung, das zur Marke passt. Sie schöpfen dabei aus einem täglich wachsendem Archiv von 70.000 Musiktiteln, die mit bis zu 125 Markenattributen gekennzeichnet sind. Für Kunden und für Mitarbeiter entsteht so stimmige Musik im Laden, die eine Marke prägt und Identifikation stiftet.



# HearDis!

## *Instore Music*

So kann eine durchdachte Musikauswahl im Store Mitarbeiter motivieren und sogar zu einem positiven Arbeitsklima beisteuern.

### Über HearDis!

HearDis! ist eine Full Service-Agentur für Corporate Sound mit Sitz in Berlin und Stuttgart. HearDis! ist seit 2005 aktiv und beschäftigt aktuell 21 Mitarbeiter. Die HearDis! GmbH übernimmt die Konzeption, Planung und Durchführung akustischer Markenkommunikation. Die Music-Consultants unterstützen Marken in den Bereichen Audio Branding, Instore Music, Voice- & Music Production, Music Consulting & Licensing sowie Content Marketing mit Musik.

#### Pressekontakt

Laura Zehentbauer / Anton Martic / +49 (0)89 7167 223 10  
laura.zehentbauer@rotwand.net / anton.martic@rotwand.net