

Musik ist mehr als Untermalung

Musik beeinflusst unser Handeln, kann die Konzentration gezielt auf ein Produkt lenken und die Verweildauer erhöhen. Für mehr Wohlgefühl und mehr Umsatz am POS



© 696380_bright / pixelio.de

Zu „My heart will go on“ beweinen wir mit Rose ihre verlorene Liebe. Wir bekommen immer noch eine Gänsehaut bei Andreas Bouranis „Auf uns“ und zum hundertsten Mal singen wir „LaLeLu“ nach einem Alptraum für unsere Kleinen. Eine ewig dauernde Autofahrt wird durch den richtigen Radiosender erträglich und das Lied, bei dem wir zum ersten Mal richtig geknutscht haben, vergessen wir nie. Es gibt wohl nicht viele Dinge, die für uns so stark mit Erlebnissen und Vorstellungen verbunden sind wie Musik und auf so einfache Weise unsere Emotionen wecken können.



Der Autor

Mark Sellmann
von SoundExperts verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich Beschallung

Auch die Medizin nutzt die Wirkung der Musik

Ärzte und Therapeuten nutzen die Macht der Klänge. Musik kann Schmerzen lindern und psychische Hürden überwinden. Selbst Neurowissenschaftler sind an der



▲ Musik stärkt die Markenbotschaft

Wirkung von Rhythmen und Melodien interessiert. Es zeigt sich, dass Musik auf alle Ebenen des Gehirns wirkt und unsere Entwicklung schon in den ersten Lebensmonaten beeinflusst. Diese starke emotionale Wirkung von Musik auf uns Menschen machte sich in den 90er Jahren – als eines der ersten Unternehmen in Deutschland – ein bekannter Textilriese zu Nutze. Rückläufige Umsatzzahlen stellten die Verantwortlichen vor die Herausforderung, das Shopperlebnis für ihre Kunden neu zu erfinden – in wirtschaftlich guten Zeiten will der Kunde nicht nur günstige Bekleidung kaufen, sondern wünscht sich eine Umgebung, die ihn zum Konsum anregt. Das Management setzte hierzu unter anderem in allen Abteilungen Musik über die Beschallungsanlage ein, die zuvor nur für Angebotsdurchsagen oder bei der Suche nach vermissten Kindern diente. Die Maßnahmen gaben dem Unternehmen Recht und der Umsatz entwickelte sich in die richtige Richtung. Heute wäre ein Ladengeschäft ohne Beschallung für den Konzern undenkbar.



▲ Die Qualität bei den Systemen und der Musikauswahl ist entscheidend

Die Musik muss den neusten Herausforderungen gerecht werden

Die Herausforderungen der 90er Jahre sind aktueller denn je. Heute steht jeder vor der Aufgabe ein Einkaufserlebnis zu bieten, so dass der Kunde den Kauf stationär und nicht online tätigt. Dafür muss der Point of Sale so attraktiv und kundenfreundlich wie möglich gestaltet werden. Denn das ist der klare Wettbewerbsvorteil: Der

Wettbewerb aus dem E-Commerce kann nur schwer Emotionen wecken. Diese Differenzierung machen sich erfolgreiche Unternehmen zu Nutze und erhöhen die Flexibilität, Aktualität und Kundennähe in den Läden. Die Musik dient hier als Hilfsmittel für diese Maßnahmen. Ob Neuausrichtung oder Intensivierung der Markenbotschaft, Musik transportiert die gewünschten Emotionen. Allerdings gehören die Zeiten der Beschallung über ELA-Anlagen mit 100 Volt

Technik längst der Steinzeit an. Hier gelten mittlerweile auch Streaming Lösungen als „State of the Art“. Die Experten in diesem Bereich entwickeln maßgeschneiderte Lösungen die alle Anforderungen berücksichtigen.

Auf die Flexibilität kommt es an

Aufwändige Umbaumaßnahmen gehören dank aktueller Technologien der Vergangenheit an. Wenn noch vor einigen Jahren ganze Wochen Geschäfte wegen Umbauten schließen mussten, kann man heute im Geschäftsbetrieb Läden mit mehreren Ebenen in nicht mal einer Stunde mit Beschallung ausstatten. Beschallung muss heute aber auch vor allem Design und Klangansprüchen gerecht werden. Das System muss bei einer Modenschau, einem DJ Event oder einem Vortrag über ein Mikrofon ebenso gut funktionieren wie bei der täglichen Beschallung. Auch die thematische Beschallung wird immer intensiver genutzt, so zum Beispiel unterstreicht im Autohaus abgespieltes Vogelgezwitscher am Fahrzeug den ökologischen Anspruch.

Entscheidend ist die Qualität

Dass sich durch Musik am POS der Umsatz steigern lässt, ist somit längst kein Geheimnis mehr. Doch einen entscheidenden Punkt darf man nicht unterschätzen, die Qualität. Die aktuellen Premium Sound Systeme spielen so präzise, dass man den Unterschied von 64 kbps zu 256 kbps deutlich hört. Um hier alles richtig zu machen, sollte man auf CD Qualität achten. Das Ganze mit der richtigen kundenorientierten Musikauswahl und dem optimalen Musiksystem versehen – dann steht der Umsatzsteigerung nichts mehr im Wege.

Bildrechte siehe Impressum ■



Sprechen Sie uns gerne an!
info@soundexperts.de