

26.01.2026 – 09:30 Uhr

Lokale Playlists verbessern das Hotelerlebnis messbar / HearDis! und Motel One präsentieren Musikstudie



München (ots) -

Was Menschen an einem Ort fühlen, entsteht nicht nur durch Architektur, Design oder Service, sondern auch durch Musik. Eine [neue europäische Pilot-Musikstudie von HearDis! in Zusammenarbeit mit Motel One](#) zeigt erstmals datenbasiert, welchen messbaren Einfluss lokale Musik auf das Hotelerlebnis hat. Die [Ergebnisse](#) belegen deutliche Effekte auf Ortsgefühl, Zufriedenheit und kulturelle Neugier.

HearDis! gestaltet erfolgreich Musikprogramme für Motel One und The Cloud One Hotels. Diese kuratierte Musikauswahl ist Teil des Markenanspruchs der Motel One Group, Städte und ihre Identität ganzheitlich erlebbar zu machen. Die nun vorliegende Musikstudie untersuchte unter realen Hotelbedingungen, welchen Beitrag lokale Musik zum Ankommen und zur Aufenthaltsqualität leistet.

Die Ergebnisse zeigen eine klare Wirkung lokaler Musik auf die Guest Experience. Gäste, die lokale Playlists hörten, fühlten sich fast dreimal so wahrscheinlich mit dem Aufenthaltsort verbunden wie Gäste mit nicht-lokalen Playlists. Auch die Gesamtzufriedenheit stieg deutlich: Der Anteil der Gäste, die ihren Aufenthalt als gut oder sehr gut bewerteten, erhöhte sich von 66 auf 79 Prozent. Zudem förderte lokale Musik die kulturelle Neugier: Die Inspiration, neue Musik oder Künstler zu entdecken, nahm signifikant zu.

Durchgeführt wurde die Pilotstudie im Rahmen des EU-geförderten Horizon-Europe-Forschungsprojekts OpenMusE, das innovative und faire Nutzungskontexte für Musik in Europa untersucht. Insgesamt wurden sechs Hotels der Motel One Group einbezogen. In zwei Testphasen spielten die Hotels jeweils zwei Musikprogramme mit identischem Marken- und Atmosphären-Fit. Der einzige Unterschied bestand in der Lokalität der Inhalte: einer Playlist ohne lokalen Bezug und einer mit lokalen Künstlern, Sprache und regionalem Kontext. Gäste und Mitarbeitende bewerteten ihr Erleben anonym per QR-Survey, ohne den Testzweck zu kennen.

„Unsere Gäste sollen in jeder Stadt nicht nur übernachten, sondern emotional und kulturell ankommen. Die Studie zeigt, dass Musik ein hochwirksamer, bislang oft unterschätzter Teil der Guest Journey ist. Dies bestätigt unseren Anspruch, lokale Identität konsequent erlebbar zu machen“, sagt Susan Schramm, CMO der Motel One Group. „Wir sehen durch die Studie einen klaren, signifikanten Effekt: Lokale Musik stärkt das Ortsgefühl und hebt das Gesamterlebnis messbar – unabhängig von Alter, Geschlecht oder Musikgeschmack. Für uns ist das der Beleg, dass Musik nicht nur der Atmosphäre dient, sondern ein strategischer Teil moderner Hospitality-Experience ist,“

den wir gemeinsam mit Motel One weiterentwickeln und skalieren“, ergänzt Sören Maisch, Director In-Store Music bei HearDis!.

Die Studie unterstreicht: Entscheidend ist nicht, ob Gäste Lieder bereits kennen, sondern dass Musik den Charakter eines Ortes transportiert. Lokale Playlists machen die Identität einer Destination hörbar und schaffen eine kulturelle Verbindung zwischen Marke, Stadt und Reisenden.

Auf Basis der Studienergebnisse werden Motel One und HearDis! die lokalen Musikprogramme weiterentwickeln und schrittweise ausweiten, lokale Profile konsistent entlang der Guest Journey verankern und gleichzeitig lokalen Künstlerinnen und Künstlern zusätzliche Sichtbarkeit geben.

Pressekontakt:

Inken Mende
Director Corporate Communications & PR
Tegernseer Landstraße 165, 81539 München
Tel.: +49 89665025-818
E-Mail: imende@motel-one.com
Internet: www.motel-one.com

Medieninhalte



Eine neue europäische Pilot-Musikstudie von HearDis! in Zusammenarbeit mit Motel One zeigt erstmals datenbasiert, welchen messbaren Einfluss lokale Musik auf das Hotelerlebnis hat. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/31948 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100101955/100938050> abgerufen werden.