

## NERVIGE KLANGTAPETE, SANFTE KUSCHELWELLEN

### WAS BRINGT DIE KAUFHAUSMUSIK?

1.12.2005 | Christian Geuenich | |

Wenn ein Kunde oder eine Kundin im Kaufhaus am Kleiderständer nach der passenden Hose sucht, sich dabei wohl fühlt, sich Zeit lässt und anfängt, ein kleines bisschen mit der dezenten Hintergrundmusik "mitzuswingen", ist Fritz Tiemann zufrieden. Er ist Geschäftsführer von "Alcas Muzak", dem deutschen Ableger von Muzak, der "Mutter der Hintergrundmusik".

Seine Kunden und Kundinnen können sich zwischen neun verschiedenen Satellitenprogrammen entscheiden, je nachdem ob für die Zielgruppe ihrer Kaufhäuser eher "Middle of the Road" oder "Popdance" geeignet ist. Oder sie lassen sich ein eigenes Musikprogramm zusammenstellen. Und warum? Weil die Manager/innen der Kaufhäuser glauben, dass sie mit leiser Musik das Kaufverhalten ihrer Kunden und Kundinnen beeinflussen können.

Der Musikpsychologe Prof. Dr. Günther Rötter sieht das ein bisschen anders. In einer mehrwöchigen Studie hat er festgestellt, dass sich Stimmung, Verweildauer und Kaufverhalten nicht verändern, ob an einem Tag Musik gespielt wurde oder nicht. Die Kunden und Kundinnen hätten ein gespaltenes Verhältnis zur Hintergrundmusik – die einen finden sie angenehm, die anderen sind genervt von der "Dudelei".

*Christian Geuenich arbeitet als freier Journalist und Autor für den WDR-Hörfunk. Er lebt in Dortmund.*

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Mehr über Ursprung und Entwicklung von Hintergrundmusik bei Wikipedia

[www.zeit.de](http://www.zeit.de)

Interessanter Artikel über einen Besuch bei "Muzak" und seinen Kunden und Kundinnen

[www.michael-ruesenberg.de](http://www.michael-ruesenberg.de)

Radio-Beitrags zu "Kaufhausmusik"

---