

I PRESSEMELDUNG

LOKALE PLAYLISTS VERBESSERN DAS HOTELERLEBNIS MESSBAR HEARDIS! UND MOTEL ONE PRÄSENTIEREN MUSIKSTUDIE

München/Berlin, 22.01.2026 – 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.

Über die Motel One Group

Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen mit Sitz in München wurde bereits mehrfach für sein Konzept ausgezeichnet und gilt als Begründer der Budget-Design Hotelkategorie. Das Unternehmen betreibt derzeit 101 Hotels mit 28.544 Zimmern in 13 Ländern (Stand: September 2025). Motel One steht für eine einzigartige Kombination aus fairen Preisen, stilvollem Design und erstklassigem Komfort und hat in der Budget-Design Hotelkategorie neue Maßstäbe gesetzt. Die Hotels zeichnen sich durch ihre zentrale Lage, modern eingerichtete Zimmer mit hochwertigen Annehmlichkeiten und einladende öffentliche Bereiche mit anspruchsvollem Design und Kunst aus. 2022 gründete die Motel One GmbH mit The Cloud One Hotels ihre zweite Lifestyle-Marke.

Über HearDis!

HearDis! ist ein Full-Service-Anbieter für Musik, Sound und Voice mit Standorten in Stuttgart und Berlin. Seit 2005 entwickelt, produziert und implementiert HearDis! strategische Sound-Branding-Lösungen für Marken, Entertainment und Kultur - und macht Botschaften hörbar, die Menschen auf emotionaler Ebene erreichen. Dabei verbindet HearDis! musikalische Expertise und kreatives Feingefühl mit eigens entwickelter Software, um hochindividuelle Soundkonzepte und datenbasierte Musikkurationen zu realisieren. Das Ergebnis: maßgeschneiderte Audiolösungen mit messbarer Wirkung; ganz nach dem Leitmotiv "Impact through Sound".

Pressekontakt Motel One

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