

Luksus for fire ud af fem sanser



Hos Restaurant Paté Paté i København ønsker man at give gæsterne en behagelig lydoplevelse, som passer til rummets atmosfære.

Mennesket er fra naturens hånd udstyret med 5 sanser. Vi bruger dem alle, når vi sammensætter en række indtryk til en fuldendt oplevelse. Restauranter er mønstereksemplet på en type virksomhed, der kan skabe indtryk på alle sanserne.

I dag, er der hos mange typer virksomheder fokus på at skabe bedre og større oplevelser for kunden. I en verden hvor information om diverse tilbud er allemandseje, er det virksomhedernes mulighed for at skille sig ud fra hinanden - omend deres kerneprodukter ikke gør det.

Oplevelsen i fokus

Oplevelserne kommer i mange forskellige varianter og størrelser, og kan indebære alt fra et lille stykke chokolade til et meget velovervejet og brandet koncept, som bidrager til opfattelsen af et fysisk produkt.

Hos frisøren bliver man mange steder tilbudt en lækker kop kaffe, lavet af friskmalede bønner. Når vi er i supermarkedet får vi lov at røre ved forskellige udstillede produkter eller smage en ny smagsvariant af et allerede kendt produkt. Til koncerten bliver vi lokket til at købe en T-shirt, vi kan have med hjem, som fysisk minde om en ellers kun mental oplevelse. Koncertoplevelsens varighed forlænges, da koncertgæsten, når det fysiske minde dukker op, tænker tilbage på oplevelsen.

I nogle tøjbutikker har man sågar udvalgt en særlig duft, som repræsenterer butikkens brand, og som flittige kunder kan genkende

lugten af, når de drejer om gadehjørnet i en storby.

Alt i alt handler virksomhedernes forsøg, som beskrevet ovenfor, om at påvirke *synet, smagsløgene, lugtesansen, følesansen eller hørelsen*. Dette på en behagelig måde, så produktet eller servicen, som virksomheden udbyder, bliver gjort mere attraktiv.

Når fokus på en god oplevelse er blevet så stort, kunne det undre at det kun i sjældne tilfælde er hørelsen der forsøges påvirket. Modetøjsforretninger til unge forsøger sig med at hæve lydniveauet på musikken, hvilket skulle forøge kroppens tilførsel af adrenalin, og dermed lægge op til impuls køb. Men dette kan vel ikke siges at tillægge produktet en værdi, som man kan sige kaffen hos frisøren gør det!

Tilsæt maden god lyd

I restauranter er det almindeligt at man skal lægge mærke til, at der er andre mennesker til stede – ellers kunne man vel lige så godt hente maden med hjem. Og det er almindeligt at spille en sagte og behagelig musik, der passer til den atmosfære, som restauratøren ønsker at skabe for sine gæster.

Men i mange restauranter er det ikke til at tale sammen, fordi de mange mennesker er samlet i et rum, hvor rummets akustik ikke er tilpasset rummets brug. Mange restauranter har en høj efterklangstid, og de mange



Letz Sushi i København har valgt at få ændret den dårlige akustik ved opsætning af Alpha Akustikbilleder, hvis motiv er virksomhedens logo.

stemmer giver således sammenlagt en meget rungende lyd.

Restauratørernes overvejelser om hvordan man kan tillægge kerneydelsen (restaurantbesøget i sig selv) yderligere værdi, bliver hermed ofte overdøvet af den dårlige lyd. At maden smagte og duftede vidunderligt, at beliggenheden gav en skøn udsigt, at betjeningen var venlig og stolene gode at sidde i, er altså i en vis udstrækning utilstrækkeligt, når kunden forlader stedet træt og generet af medgæsternes støj.

Det koster ikke alverden

Det er ikke mere end et besøg af en akustiker, det kræver, at ændre den dårlige restaurantoplevelse, for så mange gæster. En akustiker kan

rådgive om hvilke materialer der bør opsættes i loftet, hvordan det skal gøres, og hvor meget det kræver. I de fleste tilfælde kan det gøres for omkring 20.000 kr., og ændrer ikke bare kundernes opfattelse af stedet, men også arbejdsmiljøet bliver bemærkelsesværdigt bedre.

Fakta

Efterklangstid er den tid, det tager lyd at falde 60 dB.

Efterklangstid i restauranter bør være mellem 0,5 og 0,8 sek.

For at skabe den rette efterklangstid opsættes lydabsorbenter.

Akustikregulering med lydprøve og montage i alm. restaurant koster omkring 20.000 kr.



I loftet sidder lydabsorbenterne. De ses ikke - men de høres.

