

Presseinfo

07. September 2010

multisense® Forum

Wie klingt Qualität? Wie fühlt sich Treue an?

multisense® Forum: Kongresspremiere für alle Sinne

Hannover. Mit multisensorischem Marketing wird die Warenwelt nicht nur sinnlicher, sondern auch transparenter. Wie man eine Marke multisensorisch entwickelt und führt, ist das Leitthema des multisense® Forums. Die Premiere in Essen steht kurz bevor: Am 15. September 2010 tagt der erste hochkarätig besetzte Kongress auf dem Welterbe Zeche Zollverein.

Neurowissenschaftliche Studien und Praxistests zeigen, dass sinnliche Wahrnehmungen mannigfaltig verknüpft sind. Schnuppern wir den Duft frisch gebackener Waffeln, steigen beispielsweise Bilder glücklicher Kindertage in uns auf. Omas Stimme ruft liebevoll unseren Namen, ein wohliges Gefühl breitet sich aus und man meint, den Geschmack der Leckerei auf der Zunge zu spüren. Eines von unzähligen Beispielen.

Aber das Zusammenspiel der Sinne beschert uns nicht nur intensive emotionale Erfahrungen, es ist auch ein Korrektiv. Denn widersprüchliche Sinneseindrücke sind Stolpersteine: Wir schalten von unbewusster Rezeption auf bewusste und kritische Reflexion. Übersetzt in die Marketingpraxis heißt das, unstimmmige Kommunikation ist ebenso kontraproduktiv wie Markenversprechen, die der Realität nicht standhalten.

Der Transfer von Werten in sensorische Kanäle muss schlüssig und nachvollziehbar sein. Ein multisensorisches Markenerlebnis, das uns intuitiv überzeugt. Denn der Autopilot, wie Neuropsychologe Dr. Christian Scheier das unbewusste System nennt, hat einen feinen Radar, jede Menge Erfahrung und Gespür.

Wie die Sinne miteinander korrespondieren, was wir warum wahrnehmen und speichern, schildert auf der Kongresspremiere der bekannte Gehirnforscher und Psychiater Prof. Manfred Spitzer. Die Brücke ins Marketing schlägt einer der ersten Neuropsychologen weltweit, die sich auf Markenberatung spezialisiert haben: Dr. Christian Scheier. Seine Konzepte basieren u. a. auf der Erkenntnis, dass alle Vorgänge im Gehirn auch eine emotionale Seite haben und implizite Kommunikation die erfolgreichste ist.

Key Note Speaker des ersten multisense® Forums sind der internationale „Brand Futurist“ Martin Lindstrom und Karsten Klepper als weiterer Pionier multisensorischer Markenführung. Lindstrom gilt als einer der einflussreichsten Vordenker für die Zukunft der Markenwelt. Er berät global agierende Marken, initiiert Studien wie zu multisensorischem Marketing, schreibt Bestseller wie „Brand Sense“ (2007) – ein Schlüsselbuch für Marketing mit allen Sinnen – und ist rund 300 Tage im Jahr unterwegs, um seine Botschaften weiterzugeben.

Für Klepper, der den Transfer von Werten in die einzelnen Sinne und ihre Synchronisation beleuchtet, ist multisensorische Markenführung der Königsweg in die Zukunft. Gemeinsam mit Michael Mazanec gründete er das Institut für integrierte multisensorische Markenführung und setzte früh auf ein Netzwerk multisensorischer Implementierer.

Insgesamt erwarten die Gäste zehn spannende Vorträge aus berufenem Munde: Koryphäen für die einzelnen Sinne und Experten für stimmige Orchestrierung. Die abschließende Podiumsdiskussion steht unter dem Titel: „Die Implementierung multisensorischen Marketings – Sisyphos reloaded?“ Im Mittelpunkt des Gespräches: Strategien, Konzepte und Werkzeuge für die Marketingpraxis.

Die praxisorientierte Übersetzung multisensorischen Wissens ist auch das Thema der parallel laufenden Erlebnisausstellung, die angrenzend zur Kongresslocation – Casino Zollverein – im red dot design museum stattfindet. Hier zeigen ausgewählte Experten für die Implementierung multisensorischer Konzepte ihr Portfolio und beraten die Gäste. Weitere Inspirationsquellen und Networking-Plattformen: das Café der Sinne und die große Abendveranstaltung.

Das multisense® Forum entstand auf Initiative der Deutschen Messe, Hannover, die auch Veranstalter ist, und des Multisense Instituts, Remscheid. Es wendet sich an ein interdisziplinäres Publikum: Produktentwickler, -designer, Brand Manager, Kommunikations- und Marketingprofis, Spezialisten für die verschiedenen Sinnes-Bereiche, interdisziplinäre Allrounder, Strategen, ADs, CDs, Führungskräfte und Nachwuchs, Architekten, Verpackungsspezialisten, POS-Gestalter ... Die Einsatzbereiche für Multisensorik sind zahlreich. Die Wirkung immens.

Ausführliches Programm, weitere Informationen und Bildmaterial unter www.multisense.net

Für Rückfragen und Ihre Akkreditierung wenden Sie sich bitte an die Ansprechpartnerin für die Presse:

Sabine Wegner, Chefredakteurin Multisense Institut
Tel.: +49/(0)178 888 2003
E-Mail: sabine.wegner@multisense-institut.de

Akteure + Allianzen des multisense® Forums

Veranstalter

Deutsche Messe AG
Messegelände
30521 Hannover
www.messe.de

Konzept- und Leadagentur

Vistapark
Bärenstraße 11-13
42117 Wuppertal
www.vistapark.de

Initiator

Multisense Institut für
multisensorisches Marketing
Am Bruch 5
42857 Remscheid
www.multisense.net

Olaf Hartmann, Acting Partner
Tel. :+49 (0) 2191 9837-26
Fax :+49 (0) 2191 9837-22
E-Mail: olaf.hartmann@multisense-institut.de

Kooperationspartner des Multisense Instituts

ADC Art Directors Club
www.adc.de

brand eins
www.brandeins.de

Zukunftsinstitut
www.zukunftsinstitut.de