



Presseinfo

29. Juni 2010

multisense® Forum

Marketing mit allen Sinnen Die Premiere des multisense® Forums auf Zeche Zollverein

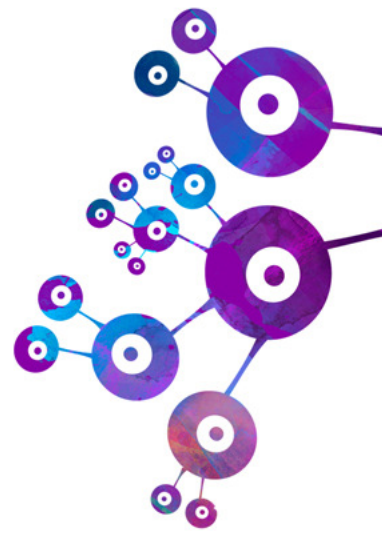
Hannover. Mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften ändern sich auch die Grundlagen tradierter Marketingvorstellungen. Der Ratio-dominierte Homo Oeconomicus wird vom sinnlich-emotional orientierten Menschen abgelöst. Wie man ihn anspricht und überzeugt, vermittelt das neue multisense® Forum.

Zahlreiche Testreihen mit Hirnscanner kommen zu dem gleichen Schluss: Nicht Funktionalität oder Preis sind für die Markenwahl ausschlaggebend, sondern die Bedeutung und Belohnung, die wir mit einem Produkt assoziieren und uns zum Kauf motivieren. Ein psychologischer Decodierungsprozess, der weitgehend unbewusst bzw. implizit abläuft. Seine Basis ist die Intuition – ein gigantischer Speicher, in dem sich Prägungsmuster, Erfahrungen, Gefühle und Gedanken ablagern. Ihr unbewusster Einfluss führt zu blitzschnellen Entscheidungen, die schon getroffen sind, bevor die bewusste Reflexion einsetzt. Rund 90 Prozent aller Kaufentscheidungen erfolgen implizit – so das Fazit des internationalen Marketing-Stars Martin Lindstrom, der die bisher größte neurowissenschaftliche Marketingstudie initiierte.

Einen Königsweg ins Unbewusste des Konsumenten bahnen unsere fünf Sinne. Die Macht der allgegenwärtigen Bilder ist bekannt. Wie einflussreich beispielsweise Düfte als Erinnerungswecker oder die Haptik für tieferes Verständnis sind, schlägt sich in der Marketingpraxis erst ansatzweise nieder. Ebenso die immense Wirkungssteigerung, die aus der Kombination schon zweier Sinne – z. B. Sehen und Hören – resultiert.



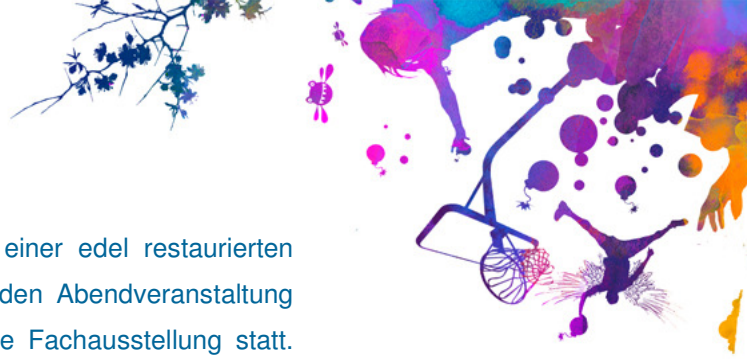
Während die neurowissenschaftlichen Studien immer weitere spannende Ergebnisse ans Tageslicht fördern, wächst der Bedarf an Umsetzungswissen für die Marketingpraxis. Diese Lücke schließt jetzt das multisense[®] Forum, ein Kooperationsprojekt der Deutschen Messe, Hannover, mit dem Multisense Institut, Remscheid. Die neue Plattform für Produktentwickler, Marketer, Werber und Vertriebler vermittelt umfassendes Wissen für den Einsatz multisensorischen Marketings in der Praxis. „Übergeordnetes Ziel ist es, einen Beitrag zur Wertschöpfung zu leisten, denn multisensorisches Marketing hat das Potential, aus der kommunikativen Effizienzkrise zu führen“, pointiert Stefan Köster, bei der Deutschen Messe verantwortlich für die neue Kongressreihe.



Für die bereits mit Spannung erwartete Premiere entschied sich die Deutsche Messe zu einem Gastspiel der außergewöhnlichen Art. Am 15. September 2010 wird das multisense[®] Forum auf der Essener Zeche Zollverein eröffnet – im Herzen eines Industriedenkmals mit Magnetwirkung und inmitten der kulturellen Highlights anlässlich der Ruhr 2010.

Das Programm des eintägigen Kongresses ist so hochkarätig wie zukunftsweisend. Als Keynote Speaker wird Martin Lindstrom die Teilnehmer inspirieren. Sein Werk „Brand Sense“ (2005) pries das Wall Street Journal als „... eines der fünf besten Marketingbücher, die je veröffentlicht wurden“. Deutschlands wohl bekanntester Gehirnforscher Prof. Manfred Spitzer erhellte, wie Multisensorik zu effektiverer Kommunikation führt, und der Diplom-Psychologe Dr. Christian Scheier übersetzt neuropsychologische Erkenntnisse in erfolgreiche Marketingstrategien.

Weitere prominente Marketingexperten am Rednerpult sind u. a. Uli Mayer-Johanssen, Managing Director im Vorstand und CDO von MetaDesign, eine der führenden europäischen Agenturen für integrierte und multisensuelle Markenführung, Dr. Oliver Nickel von Icon Added Value und Matthias Kindler, Gründer und Geschäftsführer der Below-the-Line-Agenturgruppe The Companies sowie Event-Vorstand im ADC Art Directors Club. Ihr Fokus: innovative Ansätze, Erfolgsgeschichten und Werkzeuge für die Praxis – der rote Faden: die fünf Sinne im Marketingeinsatz.



Der Kongress tagt ganztägig im Casino Zollverein, einer edel restaurierten Industriehalle. Parallel und während der anschließenden Abendveranstaltung findet im angrenzenden red dot design museum eine Fachausstellung statt. Eingebettet zwischen Aufsehen erregenden Industriemaschinen und mit dem „Roten Punkt“ ausgezeichneten Produkten beraten führende Anbieter aus allen Bereichen des multisensorischen Marketings die Besucher. Daneben locken Service-Stationen und Lounge-Bereiche. Den entspannten Ausklang bildet die Abendveranstaltung – ein Genuss für alle Sinne! – und beflügelt von dem Motto: informieren und austauschen!

Vertiefende Informationen und Bildmaterial finden Sie 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
Messegelände
30521 Hannover
www.messe.de

Initiator

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

Konzept- und Leadagentur

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

Kooperationspartner des multisense® Forums

ADC Art Directors Club
www.adc.de

Zukunftsinstitut
www.zukunftsinstitut.de

brand eins
www.brandeins.de