

1. FORUM FÜR MULTISENSORISCHES MARKETING

ESSEN | 15.09.2010

READY FOR THE NEXT LEVEL?

Infoflut, Me-too-Produktschwemme, hybride Konsumenten – die Hürden für erfolgreiches Marketing liegen höher denn je.

Doch multisensorisches Marketing weist einen nachhaltig wirksamen und damit zukunftsfähigen Weg zu Herz und Hirn der Kunden. Die Forschung der Neuroökonomie belegt, dass die Multisensorik der Schlüssel zu wirksamerer Zielgruppenansprache und zu ganzheitlich überzeugenden Produkterlebnissen ist.

Nach dem Erkenntnis-Boom der letzten Jahre wächst nun die Umsetzung auf breiter Ebene – ein komplexes, vielversprechendes Feld für Produktentwickler, Marketing- und Kommunikationsexperten.

Die multisense® Kongressreihe – von der Deutschen Messe in Zusammenarbeit mit dem Multisense Institut initiiert – erschließt erstmals die ganze Bandbreite des multisensorischen Marketings für die Praxis: mit einer Fülle von Beispielen und Anregungen, den aktuellsten Forschungsergebnissen und viel Raum für kreativen Dialog.

Profitieren Sie vom Wissen der Pioniere!

Die Auswahl unserer Referenten umfasst führende Wissenschaftler, Marketing- und Kommunikationsexperten, Sinnes-Spezialisten und kreative Macher. Das Forum öffnet sowohl off- als auch online Raum für Begegnung, Austausch und Networking. Ein inspirierender Rahmen für innovative Ideen und wertvolle Kontakte!



ANMELDUNG
UNTER
www.multisense.net
oder per Fax mit
beiliegendem
Formular

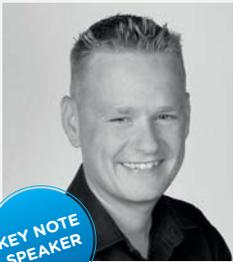


KONGRESS- INHALTE



zur Premiere des multisense® Forums am 15. September 2010
auf dem Gelände der Essener Zeche Zollverein.

„How to make it work!“ – Strategien, Werkzeuge und Erfahrungsberichte für
die Umsetzung multisensorischen Marketings in die Praxis.



KEY NOTE
SPEAKER

MARTIN LINDSTROM
Brand-Futurist

Der gebürtige Däne avancierte vom Advertising-Shootingstar bei BBDO International zum internationalen Marketing-Guru. Sein Bestseller „Brand Sense“ (2005) beleuchtet, warum multisensorische Marken so erfolgreich sind, inklusive spannender Fallbeispiele, Studien, Praxistipps. Sein Statement: Multisensorisches Marketing bietet viel mehr Möglichkeiten, als bisher auch nur ansatzweise umgesetzt werden.



PROF. DR. DR. MANFRED SPITZER
Effektivere Kommunikation durch
Multisensorik

Der ärztliche Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Ulm ist einer der bekanntesten Gehirnforscher Deutschlands. Eine seiner Spezialitäten: den faszinierenden Kosmos unseres Gehirns verständlich und spannend darzustellen. Wie arbeitet unser Gehirn – wie funktioniert Wahrnehmung – wie entstehen Gefühle? Und was bedeutet das für den Umgang mit ihnen?



DR. CHRISTIAN SCHEIER
Neuropsychologische Markenführung

Der Dipl.-Psychologe entdeckte sein Interesse für die Werbung in Pasadena, USA. Während seiner Tätigkeit als Hirnforscher am California Institute of Technology entwickelte er eine Technologie, um die Werbewirkung im Netz zu testen. Mit der decode Marketingberatung übersetzt er die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse aus der Neuropsychologie in erfolgreiche Marketingstrategien.



PROF. ULI MAYER-JOHANSEN
Multisensorische Markendefinition
und -steuerung

Managing Director im Vorstand und Chief Design Officer von MetaDesign, einer der tonangebenden europäischen Agenturen für integrierte und multisensuelle Markenführung mit Kunden wie Audi, VW, Lufthansa, Deutsche Post DHL. Die Expertin für Design und Kommunikation öffnet die „5-Sense-Branding-Box“ und zeigt erfolgreiche Praxisbeispiele.



MATTHIAS KINDLER
Erlebbarere Markenwelten

Nach Stationen bei Apple, Bang & Olufsen und Philip Morris gründete Matthias Kindler die Below-the-Line-Agenturgruppe THE COMPANIES in München. Mit über 40 internationalen Preisen gehört diese heute zu den Top-Kreativadressen in Deutschland. Kindler wurde als erster „Eventier“ Mitglied im ADC, dem Art Directors Club, ist seit 2001 im Vorstand desselben und schärft durch zahlreiche Publikationen das Bewusstsein für die markenbildende Kraft von Events.



DR. OLIVER NICKEL
Wirkpotentiale haptischer Kommunikation

Seit Anfang der 90er Jahre in der Welt des Konsumentenverhaltens, Markenmanagements, der Semiotik und Imagery-Forschung tätig, stieg Oliver Nickel bei der Markenberatung Icon Added Value ein. Neben diversen Lehraufträgen berät er Firmen wie Bosch, die Deutsche Bahn, Michelin, VW, Triumph und Em-eukal und konzipierte gemeinsam mit dem Markenverband die Markenakademie an der European Business School.



KARSTEN KLEPPER
Corporate Senses Institut

Nach 18 Jahren Erfahrung als Director Marketing, Branding und Communications weltweit tätiger Markenartikelhersteller, entwickelte Karsten Klepper die NotaSensorik® als Prozess zur integrierten multisensorischen Markenbildung und ist heute Leiter des CORPORATE SENSES Instituts, München.



STEPHAN VINCENT NÖLKE
Imagebildung, Orientierung und Verkauf
durch Audio Branding

Stephan Nölke ist Gründer der auf Corporate-Sound-Design spezialisierten Agentur Comevis. Er schafft verkaufsunterstützende und imagebildende Klangwelten für Kunden wie die Deutsche Telekom, BASE, Condor, Bosch und Yves Rocher. Nölke ist erfolgreicher Fachbuchautor im Bereich Audio-Branding, Beiratsmitglied in verschiedenen Fachgremien und Lehrbeauftragter in den MBA-Studiengängen der University of Applied Science in Bonn.



1. FORUM FÜR MULTISENSORISCHES MARKETING

ESSEN | 15.09.2010



DR. CHRISTOPH ENGL
Sinnliche Erwartung wecken

Nach mehrjähriger Tätigkeit als Delegierter der gesamtitalienischen Hotellerie und Gastronomie in Brüssel und Vorstandsmitglied des gesamteuropäischen Verbandes HOTREC wurde der promovierte Rechts- und Politikwissenschaftler 2001 Direktor der „SMG – Südtirol Marketing Gesellschaft“. Christoph Engl begleitete den Entwicklungsprozess und die erfolgreiche Einführung der Dachmarke Südtirol und die Etablierung Südtirols als europäische Premium-Destinationsmarke.



KARSTEN KILIAN
Multisensuale Markenbildung

Karsten Kilian hat mit Markenlexikon.com das größte Markenportal im deutschsprachigen Raum aufgebaut. Er forscht an der Universität St. Gallen, lehrt als Hochschuldozent, u. a. an den Fachhochschulen in Würzburg und Graz, berät Unternehmen in Fragen der Markenführung und ist Autor von zahlreichen Fachartikeln und Buchbeiträgen. Multisensorische Markenführung und -kommunikation zählen seit mehreren Jahren zu den Schwerpunkten seiner Arbeit.



LARS NIEMANN
Multisensorik in Printmedien

Seit 2002 ist Lars Niemann in verschiedenen Positionen im Anzeigenbereich von G+J – Europas führendes und umsatzstärkstes Magazinhaus – tätig. Er war drei Jahre im Bereich Media-Solutions bei G+J Media Sales verantwortlich für titel- und medienübergreifende Kommunikationslösungen und ist seit 2009 Anzeigenleiter der stern-Gruppe.



OLAF HARTMANN
Multisense Institut

Der Gesellschafter des Multisense Instituts ist mit seinem Partner Dr. Klaus Stallbaum geistiger Urheber des multisense® Forums und auch als Unternehmer dem multisensorischen Marketing verpflichtet. Hartmann, aus der klassischen Werbung kommend, war acht Jahre Referent am IFB der Universität St. Gallen und gründete 1995 Touchmore – eine der heute führenden Kreativagenturen für haptische Werbemedien.



STEFAN KÖSTER
Deutsche Messe

Seit 20 Jahren im Messewesen tätig, verantwortete Stefan Köster Leitmesen wie die Internationale Funkausstellung und die Internationale Luft- und Raumfahrtausstellung. Als selbständiger Berater betreute er Messeveranstalter und -aussteller bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Konzepte. Seit 2005 entwickelt er für die Deutsche Messe neue Veranstaltungsformate wie das multisense® Forum.



TIMO WOPP
Moderation

Als Grenzgänger zwischen Wirtschaft und Showbühne begeistert der diplomierte Kaufmann und europaweit erfolgreiche Bühnenkünstler Timo Wopp als pointierter Redner mit dem richtigen Gespür für intelligentes Infotainment.



DIE LOCATION

Die Kongresspremiere des multisense® Forums gastiert im Nordosten der europäischen Kulturhauptstadt 2010, auf der Essener Zeche Zollverein, einem Welterbe der Vereinten Nationen. Das ehemalige Steinkohlebergwerk wurde 1986 geschlossen, in den darauf folgenden Jahren restauriert und bietet heute atmosphärisch aufgeladene Räume für die Kreativwirtschaft.

Während sich das Kongressgeschehen im Casino Zollverein konzentriert, bietet das angrenzende red dot design museum am 15.9.2010 einen weiteren Höhepunkt: eine Fachausstellung mit führenden Anbietern aus allen Bereichen des multisensorischen Marketings. Zwischen gigantischen Industriemaschinen und Produkten mit dem „Roten Punkt“ locken zudem Lounge-Bereiche und Service-Oasen. Am Abend wird gefeiert: Austausch, Networking und Genuss für alle Sinne!



KONGRESSMODERATION: TIMO WOPP



Zeit	Thema	Redner
9:30	Begrüßung	Stefan Köster Leitung Neue Messen, Deutsche Messe, Hannover
9:35	Das multisense® Forum – Zeit und Raum für neue Ideen im Marketing	Olaf Hartmann Acting Partner, Multisense Institut, Remscheid
9:45	Das multisensorische Gehirn Effektivere Kommunikation mit Hirn, Herz und Hand	Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Ulm
10:15	5-Sense-Branding – von der Markensteuerung zum Markenerlebnis Erschließung neuer Dimensionen in der Markenführung; Notwendigkeit eines interdisziplinären Ansatzes; Betrachtungen zur Marke als Wirkungsraum	Prof. Uli Mayer-Johanssen CDO, MetaDesign, Berlin
10:45	Mit allen Sinnen verkaufen Implementierungsstrategien für Multisensorik in Produktdesign und Kommunikation	Dr. Christian Scheier Geschäftsführer, decode Marketingberatung, Hamburg
11:15	Kaffeepause & Networking	
11:45	Der Ton macht den Unterschied Das un-erhörte Potential von Klang für eine erfolgreiche Markeninszenierung. Wie Audio-Branding Identität, Orientierung und Stimmung schafft und unsere Wertwahrnehmung beeinflusst.	Stephan Vincent Nölke Geschäftsführer, Comevis Audio Branding, Köln
12:15	Begreifbare Versprechen Einsatzmöglichkeiten, Wirkungsmessung und Differenzierungspotentiale haptischer Reize in der Marketingkommunikation	Dr. Oliver Nickel Member of the Executive Board, Icon Added Value, Nürnberg
12:45	Wie schmeckt Glück, wie riecht Kompetenz, wie klingt Beständigkeit? Notasensorik – integrierte multisensorische Markenbildung	Karsten Klepper Geschäftsführer, Corporate Senses Institut, München
13:15	Mittagspause & Networking	
14:00	Begehbare Markenwelten Events als Element multisensorischer Markenführung	Matthias Kindler Geschäftsführer, THE COMPANIES, München
14:30	Südtirol – mit allen Sinnen! Multisensorische Inszenierung einer Destination	Dr. Christoph Engl Direktor, Südtirol Marketing Gesellschaft, Bozen
15:00	Print lebt! Multisensorische Sonderwerbformen in Druckmedien	Lars Niemann Anzeigenleiter stern, Gruner & Jahr, Hamburg
15:30	„Brand Sense“ Sensory Secrets behind the stuff we buy – How to build powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound – Research update + successful Strategies	Martin Lindstrom Brand-Futurist, Sydney
17:00	Kaffeepause & Networking	
17:30	Die Implementierung multisensorischen Marketings – Sisyphus reloaded? Podiumsdiskussion	u. a. mit Karsten Kilian, Prof. Uli Mayer-Johanssen, Dr. Christoph Engl, Moderation: Olaf Hartmann – Multisense Institut
18:30	Ausblick multisense® Forum 2011	Stefan Köster – Deutsche Messe
18:45 bis ca. 22:00	Abendveranstaltung mit Fachausstellung im red dot design museum	

KONGRESSPLANUNG
ESSEN | 15.09.2010





VERANSTALTER



Deutsche Messe
Messegelände
30521 Hannover
www.messe.de

INITIATOR



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

KOOPERATIONSPARTNER
DES MULTISENSE INSTITUTS



:zukunfts|institut



ANMELDUNG ZUM MULTISENSE® FORUM

Anmeldung bitte online unter www.multisense.net
oder per Fax bis zum 08.09.2010 an: +49 (0) 511 89309-98

Deutsche Messe | Kongressmanagement
Messegelände | 30521 Hannover
E-Mail: congressmanagement@messe.de
Tel.: +49 (0) 511 89335-55

15.09.2010, 9.30 Uhr bis 22.00 Uhr, Gelände Zeche Zollverein, Essen. Bis zum 31.07.2010 anmelden und Frühbucherrabatt mit einem Preisvorteil von 140 € sichern! Das Kongressticket beinhaltet die Teilnahme am Kongress inklusive Catering und Abendveranstaltung sowie den Besuch der begleitenden Ausstellung:

Bitte ankreuzen	Bezeichnung	Einzelpreis netto
<input type="radio"/>	Tageskarte normal (Frühbucher) (Frühbucherrabatt i. H. v. 140 € berücksichtigt)	890,00 € (750,00 €)
<input type="radio"/>	Tageskarte mit 10 % Nachlass ab 2. Person aus der gleichen Firma (Frühbucher) Mit Ihrer Anmeldung zu dieser vergünstigten Kondition ist die Zusendung einer Visitenkarte erforderlich, damit der Nachlass ab der 2. Person / Firma zugeordnet und gewährt werden kann. Bitte senden Sie die Visitenkarte per Fax an die Deutsche Messe: +49 (0) 511 89309-98.	801,00 € (675,00 €)

Mit Ihrer Anmeldung haben Sie die Möglichkeit, an den nachstehenden Programmpunkten teilzunehmen. Sie nehmen teil an:

Bitte ankreuzen	Bezeichnung	Bitte ankreuzen	Bezeichnung
<input type="radio"/>	Vortragsprogramm (9.30 bis 18.00 Uhr)	<input type="radio"/>	Abendveranstaltung (18.00 bis 22.00 Uhr)

Firmenadresse

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

PLZ: _____ Ort: _____

Land: _____

Internet: _____

Teilnehmer

Frau Herr Titel

Vorname: _____

Nachname: _____

Position: _____

Abteilung: _____

Telefon: _____

Telefax: _____

E-Mail: _____

Hiermit akzeptiere ich die **allgemeinen Teilnahmebedingungen** (<http://www.multisense.net/teilnahmebedingungen.pdf>).

Ort, Datum _____

Unterschrift _____