



# the next level

**multi  
sense** FORUM FÜR  
MULTISENSORISCHES  
MARKETING

1. FORUM FÜR  
MULTISENSORISCHES MARKETING  
15.09.2010 | ZECHÉ ZOLLVEREIN, ESSEN





# KONGRESSPROGRAMM

Zeit	Thema	Redner	Moderation: Timo Wopp
9:30	<b>Begrüßung im Namen des Veranstalters</b>	Stefan Köster, Leitung Neue Messen, Deutsche Messe, Hannover	
9:35	<b>Das multisense® Forum – Zeit und Raum für neue Ideen im Marketing</b>	Olaf Hartmann, Acting Partner, Multisense Institut, Remscheid	
9:45	<b>Das multisensorische Gehirn</b> Effektivere Kommunikation mit Hirn, Herz und Hand	Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Ulm	
10:15	<b>5-Sense-Branding – von der Markensteuerung zum Markenerlebnis</b> Erschließung neuer Dimensionen in der Markenführung; Notwendigkeit eines interdisziplinären Ansatzes; Betrachtungen zur Marke als Wirkungsraum	Prof. Uli Mayer-Johannsen, Chairwoman of the Executive Board, MetaDesign, Berlin	
10:45	<b>Mit allen Sinnen verkaufen</b> Implementierungsstrategien für Multisensorik in Produktdesign und Kommunikation	Dr. Christian Scheier, Geschäftsführer, decode Marketingberatung, Hamburg	
11:15	<b>Kaffeepause &amp; Networking</b>		
11:45	<b>Der Ton macht den Unterschied</b> Das unerhörte 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	<b>Begreifbare Versprechen</b> Einsatzmöglichkeiten, Wirkungsmessung und Differenzierungspotentiale haptischer Reize in der Marketingkommunikation	Dr. Oliver Nickel, Member of the Executive Board, Icon Added Value, Nürnberg	
12:45	<b>Wie schmeckt Glück, wie riecht Kompetenz, wie klingt Beständigkeit?</b> Notasensorik – integrierte multisensorische Markenbildung	Karsten Klepper, Geschäftsführer, Corporate Senses Institut, München	
13:15	<b>Mittagspause &amp; Networking</b>		
14:00	<b>Begehbare Markenwelten</b> Events als Element multisensorischer Markenführung	Matthias Kindler, Geschäftsführer, THE COMPANIES, München	
14:30	<b>Südtirol – mit allen Sinnen!</b> Multisensorische Inszenierung einer Destination	Dr. Christoph Engl, Direktor, Südtirol Marketing Gesellschaft, Bozen	
15:00	<b>Print lebt!</b> Multisensorische Sonderwerbformen in Druckmedien	Lars Niemann, Anzeigenleiter stern, Gruner & Jahr, Hamburg	
15:30	<b>Kaffeepause &amp; Networking</b>		
16:00	<b>„Brand Sense“</b> 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	
17:30	<b>Die Implementierung multisensorischen Marketings – Sisyphus reloaded?</b> Podiumsdiskussion	mit K. Kilian, Prof. U. Mayer-Johannsen, Dr. C. Engl, W. Hirsch, B. Grossenbacher Moderation: Olaf Hartmann	
18:30	<b>Ausblick multisense® Forum 2011</b>	Stefan Köster – Deutsche Messe, Hannover	
18:45 bis ca. 22:00	<b>Abendveranstaltung mit Fachausstellung im red dot design museum</b>		



## REFERENTEN

**Prof. Dr. Manfred Spitzer**

Direktor der Psychiatrischen  
Universitätsklinik Ulm



**Das multisensorische Gehirn**

Effektivere Kommunikation mit Hirn,  
Herz und Hand

**Prof. Uli Mayer-Johansen**

Chairwoman of the Executive Board,  
MetaDesign, Berlin



**5-Sense-Branding – von der Marken-  
steuerung zum Markenerlebnis**

Erschließung neuer Dimensionen in der  
Markenführung; Notwendigkeit eines  
interdisziplinären Ansatzes; Betracht-  
ungen zur Marke als Wirkungsraum

**Dr. Christian Scheier**

Geschäftsführer,  
decode Marketingberatung, Hamburg



**Mit allen Sinnen verkaufen**

Implementierungsstrategien für  
Multisensorik in Produktdesign  
und Kommunikation

**Stephan Vincent Nölke**

Geschäftsführer,  
comevis Audio Branding, Köln



**Der Ton macht den Unterschied**

Das unerhörte Potential von Klang für  
eine erfolgreiche Markeninszenierung.  
Wie Audio-Branding Identität, Orientie-  
rung und Stimmung schafft und unsere  
Wertwahrnehmung beeinflusst.

**Dr. Oliver Nickel**

Member of the Executive Board, Icon  
Added Value, Nürnberg



**Begreifbare Versprechen**

Einsatzmöglichkeiten, Wirkungsmessung  
und Differenzierungspotentiale haptischer  
Reize in der Marketingkommunikation

**Karsten Klepper**

Geschäftsführer,  
Corporate Senses Institut, München



**Wie schmeckt Glück, wie riecht  
Kompetenz, wie klingt Beständigkeit?**

Notasensorik – integrierte  
multisensorische Markenbildung



## REFERENTEN

### Matthias Kindler

Geschäftsführer,  
The Companies, München



### Begehbare Markenwelten

Events als Element multisensorischer  
Markenführung

### Dr. Christoph Engl

Direktor, Südtirol Marketing Gesellschaft,  
Bozen



### Südtirol – mit allen Sinnen!

Multisensorische Inszenierung einer  
Destination

### Lars Niemann

Anzeigenleiter stern,  
Gruner & Jahr, Hamburg



### Print lebt!

Multisensorische Sonderwerbformen  
in Druckmedien

### Martin Lindstrom

Brand-Futurist, Sydney



### „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

### Stefan Köster

Leitung, Neue Messen, Events & Gastver-  
anstaltungen Deutsche Messe, Hannover



### Begrüßung/Ausblick 2011

Eröffnung im Namen des Veranstalters &  
Ausblick auf das multisense® Forum 2011

### Olaf Hartmann

Geschäftsführender Gesellschafter, Acting  
Partner, Multisense Institut, Remscheid



### Das multisense® Forum

Zeit und Raum für neue Ideen im  
Marketing



## REFERENTEN

### **Karsten Kilian**

Gründer Markenlexikon.com,  
Lauda-Königshofen



### **Wilbert Hirsch**

Senior Partner Creation  
audio consulting group, New York



### **Beat Grossenbacher**

Gründer und Inhaber der Air Creative AG,  
Wangen / Schweiz



### **Die Implementierung multisensorischen Marketings – Sisyphus reloaded?**

Podiumsdiskussion mit Praxisbezug: „Die Implementierung multisensorischen Marketings – Sisyphus reloaded?“ Multisensorisches Marketing eröffnet immenses Potential für effektivere und effizientere Markenführung. Gleichzeitig birgt die Umsetzung dieses ganzheitlichen Ansatzes auch einige Herausforderungen. Ein komplexes Thema, das zum Abschluss des Kongressprogramms mit Experten für die multisensorische Praxis diskutiert wird. Neben dem Erfahrungsaustausch stehen Empfehlungen für die erfolgreiche Implementierung inklusive Werkzeuge im Fokus: von der Strategie über die Detailarbeit bis zur Organisation.



### **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.