



Presseinfo

17. Februar 2010

multisense Forum

Deutsche Messe initiiert Kongressreihe für multisensorisches Marketing

Hannover. In hart umkämpften Märkten suchen Marketingfachleute nach einprägsamen und emotionalisierenden Werbebotschaften. Denn Kaufentscheidungen sind oft mehr Herzenssache und weniger das Ergebnis einer rationalen Abwägung. Ein wachsender Trend bei der Suche nach Lösungen ist das multisensorische Marketing. Vor diesem Hintergrund etabliert die Deutsche Messe AG in Zusammenarbeit mit dem Multisense Institut für multisensorisches Marketing, Remscheid, die neue Kongressreihe „multisense Forum“.

Das Streben nach mehr Effizienz in der Übermittlung von Botschaften steht im Mittelpunkt der werblichen Kommunikation. Doch multisensorisches Marketing setzt schon früher an, in der Produktentwicklung. Sprechen Produkteigenschaft und Werbebotschaft aufeinander abgestimmt möglichst viele Sinne – Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Fühlen – des Kunden an, verankert sich die Botschaft der Marke oder des Produktes umso stärker im Bewusstsein des potenziellen Käufers, ein elementarer Vorteil im Wettbewerb um die Gunst der Kunden.

Doch so einfach diese neurowissenschaftliche Erkenntnis klingt, so komplex ist deren Umsetzung für Produktentwickler sowie Marketing- und Kommunikationsmanager. „Die Kongressreihe multisense Forum schafft Zugang zu relevantem Wissen, bietet Raum für Dialog zwischen Experten aus Wissenschaft sowie Wirtschaft und ist damit Plattform für



die wachsende Implementierung der Multisensorik in das Marketing“, sagt Stefan Köster, bei der Deutschen Messe verantwortlich für die multisense-Kongressreihe.

Den Auftakt der Veranstaltungsreihe bildet ein Symposium am 21. April 2010 im Rahmen der HANNOVER MESSE zum Thema „Ist multisensorisches Marketing das Erfolgsmodell in einer überkommunizierten Gesellschaft?“ Antworten geben unter anderem der Philosoph Peter Sloterdijk, der Gehirnforscher und Psychiater Manfred Spitzer, Christin Lüdemann, Geschäftsführerin des Nivea Hauses, sowie der Markenspezialist Karsten Kilian.

Der erste Kongress „multisense Forum 1.0“ wird am 15. September 2010 in Essen ausgerichtet. Das red dot design Museum sowie das Casino Zollverein auf dem Gelände des Essener Welterbes Zollverein stehen dann ganz im Zeichen des multisensorischen Marketings.

Die zweitägige Hauptveranstaltung wird von 2011 an jährlich parallel zur PROMOTION WORLD und HANNOVER MESSE stattfinden.

Weitere Informationen: www.multisense.net

Akteure + Allianzen des multisense Forums

Veranstalter

Deutsche Messe AG

Messegelände

30521 Hannover

www.messe.de

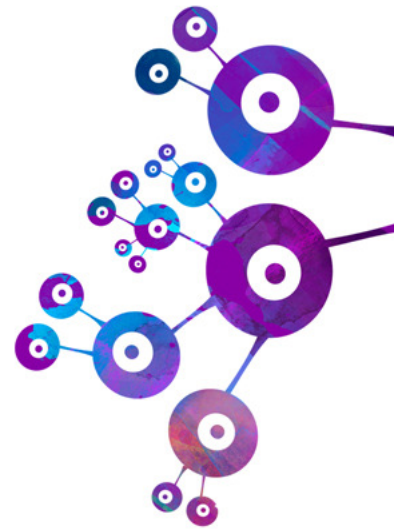
Ansprechpartnerin für die Presse

Brigitte Mahnken-Brandhorst

Tel.: +49 (0) 511 89-31024

Fax: +49 (0) 511 89-39695

E-Mail: Brigitte.Mahnken@messe.de





Initiator

Multisense Institut für multisensorisches Marketing

Am Bruch 5

42857 Remscheid

www.multisense.net

Ansprechpartner für die Presse

Olaf Hartmann, Acting Partner

Tel. : +49 (0) 2191 9837-26

Fax : +49 (0) 2191 9837-22

E-Mail: olaf.hartmann@multisense-institut.de

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