

**NACHHALTIGKEIT  
TRIFFT**

**Kunst**

# Einladung

## WAS MARKEN NACHHALTIG WACHSEN LÄSST

### DRÄNGENDE FRAGEN...

Was macht Marken stark? Wie nutzen wir Neurowissenschaften, Psychologie und Verhaltensökonomie für nachhaltige Markenkraft und starke Sales-Performance? Was ist Hype? Was wirkt? Wie sichern wir bei mehr Vielfalt und weniger Budget die Effektivität unserer Kommunikation?

Wie kann uns die Haptik dabei helfen bzw. was bewirkt die Sinnlichkeit im Marketing?

### ...UND BELASTBARE ANTWORTEN:

**Olaf Hartmann, Inhaber Multisense Institut, Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens, Buchautor von „TOUCH – der Haptik-Effekt“ und Podcast Host von MARKENKRAFT**, fasst aktuelle Erkenntnisse aus der internationalen Markenforschung und erfolgreichen Werbepaxis lebendig zusammen:

- Alles nur im Kopf! Die **Psychologie der Markenkraft**
- Sechs evidenzbasierte **Erfolgsprinzipien der Markenkommunikation**
- Die stille Kraft – **implizite Markensignale**
- **Was ist Aufmerksamkeit?** Wie entsteht sie?
- Mehr Sinn, mehr Wirkung – **multisensorische Markencodes**
- Your Brand in People's Hands:  
Der **Haptik-Effekt** in einer digitalen Welt
- Bedeutung der **haptischen Markenkommunikation**



**Koehler**  
PAPER

**NACHHALTIGKEIT  
TRIFFT**

**Kunst**

**FREITAG,  
22. MÄRZ 2024**

**11 BIS 14 UHR**

**STURMFREIE BUDE  
DÜSSELDORF**

**GEORG-GLOCK-STRASSE 3, 40474 DÜSSELDORF**

**RÜCKMELDUNG FÜR IHRE TEILNAHME  
BITTE BIS ZUM 08. MÄRZ 2024**

- Senden Sie bitte eine E-Mail an [antje.ruehling@koehlerpaper.com](mailto:antje.ruehling@koehlerpaper.com).
- Bitte geben Sie die Personenzahl und die Namen der teilnehmenden Personen an.
- Die Plätze sind begrenzt – es besteht kein Anspruch auf eine Teilnahme.  
Die Buchungen werden nach Eingang berücksichtigt und bestätigt.
- Die Teilnahme ist kostenfrei.
- Sie erhalten in jedem Fall eine Nachricht und ggf. weitere Hinweise für Ihre Teilnahme.

**WIR FREUEN UNS AUF SIE!**

# Einladung

## WAS MARKEN NACHHALTIG WACHSEN LÄSST

### DRÄNGENDE FRAGEN...

Was macht Marken stark? Wie nutzen wir Neurowissenschaften, Psychologie und Verhaltensökonomie für nachhaltige Markenkraft und starke Sales-Performance? Was ist Hype? Was wirkt? Wie sichern wir bei mehr Vielfalt und weniger Budget die Effektivität unserer Kommunikation?

Wie kann uns die Haptik dabei helfen bzw. was bewirkt die Sinnlichkeit im Marketing?

### ...UND BELASTBARE ANTWORTEN:

**Olaf Hartmann, Inhaber Multisense Institut, Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens, Buchautor von „TOUCH – der Haptik-Effekt“ und Podcast Host von MARKENKRAFT**, fasst aktuelle Erkenntnisse aus der internationalen Markenforschung und erfolgreichen Werbepaxis lebendig zusammen:

- Alles nur im Kopf! Die **Psychologie der Markenkraft**
- Sechs evidenzbasierte **Erfolgsprinzipien der Markenkommunikation**
- Die stille Kraft – **implizite Markensignale**
- **Was ist Aufmerksamkeit?** Wie entsteht sie?
- Mehr Sinn, mehr Wirkung – **multisensorische Markencodes**
- Your Brand in People's Hands:  
Der **Haptik-Effekt** in einer digitalen Welt
- Bedeutung der **haptischen Markenkommunikation**



# Koehler

## PAPER

Koehler Greiz GmbH & Co. KG

Mylauer Straße 4 · 07973 Greiz · Germany

Phone +49 3661 616-0 · Fax +49 3661 616-1202

[www.koehlerpaper.com](http://www.koehlerpaper.com)