

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Der Stoff, aus dem das Leben ist	11
1. Gemeinsames Erleben als Wurzel jeder Kultur	12
2. Die gewollte Verführung – Von der Spontanität zur Inszenierung	13
3. Von der Propaganda der Tat zur Live-Kommunikation – Der Weg zur Professionalisierung	15
4. Wachstumsmarkt Live-Kommunikation	18
Der aktuelle Stand der Neurowissenschaften	21
1. Das Manifest über die Hirnforschung im 21. Jahrhundert	21
2. Forschungsschwerpunkte und ihr zukünftiger praktischer Nutzen	24
2.1. Epilepsieforschung – Hilfe zum Verständnis des Gehirns	25
2.2. Life & Brain – Ein „akademisches Unternehmen“ in Deutschland	27
2.3. Neuroökonomie – Wie ökonomisch relevantes Verhalten funktioniert	28
2.4. Neuromarketing – Wie sich Produkte besser verkaufen lassen	30
Darstellungen	33
Abbildungen	40
Erfahrung und Wissenschaft	49
Was ist Erleben?	53
1. Mit allen Sinnen – Wie Erleben funktioniert	54
1.1. Wie die Netzwerke des Nervensystems funktionieren	55
1.2. Wie man die verschiedenen Reize richtig einsetzt	57
2. Wie das Belohnungssystem funktioniert	59

3.	Wie Erleben wirkt _____	64
	Fallbeispiel:	
	Jubiläumsveranstaltung 100 Jahre Klöckner & Co SE _____	65
4.	Traumhaft oder traumatisch – Wie das Gehirn Erlebnisse verarbeitet ___	68
	Fallbeispiel:	
	Eine Reise ins Morgenland als Aufbruch in eine neue Zeit _____	70
5.	Die Bedeutung der Emotionen _____	72
5.1.	Es gibt einfache und komplexe Gefühle _____	73
5.2.	Emotionen entstehen ohne unseren Willen _____	73
5.3.	Emotionen organisieren das Verhalten und motivieren _____	74
5.4.	Die eigenen Gefühle beherrschen – Emotionale Intelligenz _____	74
6.	Emotionen zeigen und erkennen – Mimik, Gestik und Stimme _____	76
6.1.	Ekman's sieben Basis-Emotionen des Gesichts _____	77
6.2.	Zehn Merkmale zur Charakterisierung von Emotionen _____	79
7.	Die Gemeinsamkeiten von Erlebnisprozess und Lernprozess _____	80
8.	Erleben heißt Lernen – mit Herz und Verstand _____	83
	Fallbeispiel:	
	Jubiläumsveranstaltung 75 Jahre	
	DKV Deutsche Krankenversicherung _____	83
	Fallbeispiel:	
	Promotion Tour Schwarzkopf Institut _____	84

Die Elemente des Erlebens _____ 87

1.	Synchronisation – Wie Verhalten übertragen wird _____	88
2.	Die Bedeutung von Symbolen und symbolischen Handlungen _____	92
	Fallbeispiel:	
	Produktpräsentation „Karawane der Sinne“ für GroheArt _____	93
	Fallbeispiel:	
	Vom Betroffenen zum Beteiligten –	
	Führungskräfte-Meeting zur Fusion RWM _____	96
3.	Das richtige Timing – Der Faktor Zeit _____	99
4.	Farben – Der Zauber des Besonderen _____	101
5.	Musik ist mehr als eine Folge von Tönen _____	103
6.	Schlüsselreize – Wie riecht der Sommer? _____	105

7.	Zuwendung schafft Aufmerksamkeit _____	107
	Fallbeispiel: _____	
	„Die Helden der Straße“ – Product Launch Event für Aral _____	107
8.	Erlebte Werte steigern den Selbstwert _____	110
9.	Bekanntes mit Neuem verbinden _____	111
10.	Spannung, Erwartung, Überraschung – Das Gehirn ist ein Vorhersageinstrument _____	113
	Fallbeispiel: Kick-off-Event 2005 E-Plus Mobilfunk _____	113

Wie Ereignisse entstehen _____ 119

1.	Ziele, Maßnahmen und Konzepte _____	119
2.	Welche Maßnahmen für welche Wirkung? _____	122
3.	Interesse, Erregung, Spannung _____	124
4.	Freude, Glücksgefühl _____	126
5.	Zugehörigkeit, Identifikation _____	128
6.	Wertschätzung, Akzeptanz, Stolz _____	130
7.	Vertrauen _____	132
8.	Überraschung _____	134
9.	Betroffenheit und Mitgefühl _____	135
10.	Selbsterfahrung, Persönlichkeit stärken _____	136
11.	Die Fallbeispiele in der Übersicht _____	137

Erinnerungen – Der größte Besitz eines Menschen _____ 139

1.	Was war wirklich? – Wie die Erinnerung funktioniert _____	140
2.	Können alte Erinnerungen durch neue ersetzt werden? _____	142
3.	Erlesen, erlernt oder erlebt – Was wird wie gespeichert und erinnert? _	144
4.	Was mentales Training und Erlebtes verbindet _____	145

Vom passiven Zuschauer zum aktiven Teilnehmer	147
1. Der Ausweg aus dem Informationsüberfluss	148
2. Die Grenzen des Erlebens	149
Die Erfolgsfaktoren der Live-Kommunikation	151
Neuromarketing + Ethik – Auf dem Weg zum willenlosen Konsumenten?	157
Wie Wissenschaft und Praxis voneinander profitieren können	159
Ausblick: Neurowissenschaften und Live-Kommunikation	161
Literatur	163
Namen- und Stichwortverzeichnis	167
Die Autoren	171