

Wirkungsvolle und effiziente Live - Kommunikation.

Warum neuro events besser sind.



Liebe(r) Leser(in),

„Konzepte aus der Schublade“ liefern viele klassische Event Agenturen. neuro events sind anders. neuro events sind besser - sagen unsere Kunden.

Mit neuro events präsentieren wir Ihnen ein innovatives Instrument in der Live-Kommunikation, das systematisch und zielgerichtet den Transfer von Informationen und Emotionen in den Mittelpunkt der Eventplanung und -umsetzung stellt.

Durch neuro events werden Informationen und Emotionen besser wahrgenommen, besser gespeichert und im Entscheidungsfall besser berücksichtigt – das ist unser Versprechen. Und wir haben Belege dafür. Denn die Systematik der neuro events wurde nicht etwa am Reißbrett entwickelt, sondern basiert auf zwanzig Jahren Erfahrung und hunderten erfolgreich geplanter und umgesetzter Veranstaltungen.

Weil neuro events die bessere Wahl sind, haben sich namhafte Unternehmen für uns als Dienstleister entschieden und entscheiden sich immer wieder neu für uns. Einen kurzen Einblick in diese Projekte erhalten Sie beim Lesen dieser Broschüre.

Lassen Sie sich inspirieren von den neuen Chancen durch neuro events. Wir stehen für weitere Auskünfte gerne zu Ihrer Verfügung und freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Ihr

A handwritten signature in black ink that reads "Dr. N. Körner". The signature is written in a cursive, flowing style.

Dr. Nikolaus Körner
Geschäftsführer
u-motions GmbH



1&1 Sommernacht

„...wir nennen das nicht neuro event, wir nennen das Erfolg.“

Andreas Gauger, CEO 1&1 Internet AG



expert-Gesellschafterabend

„...hat sich bewährt und zahlt sich aus.“

Volker Müller, Geschäftsführer Deutsche expert Zentrale GmbH



OBI Kick-Off 2008

„... wir freuen uns auf weitere neuro events!“

Ingo Auer, Vertriebsleiter OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH & Co

Was ist ein neuro event?



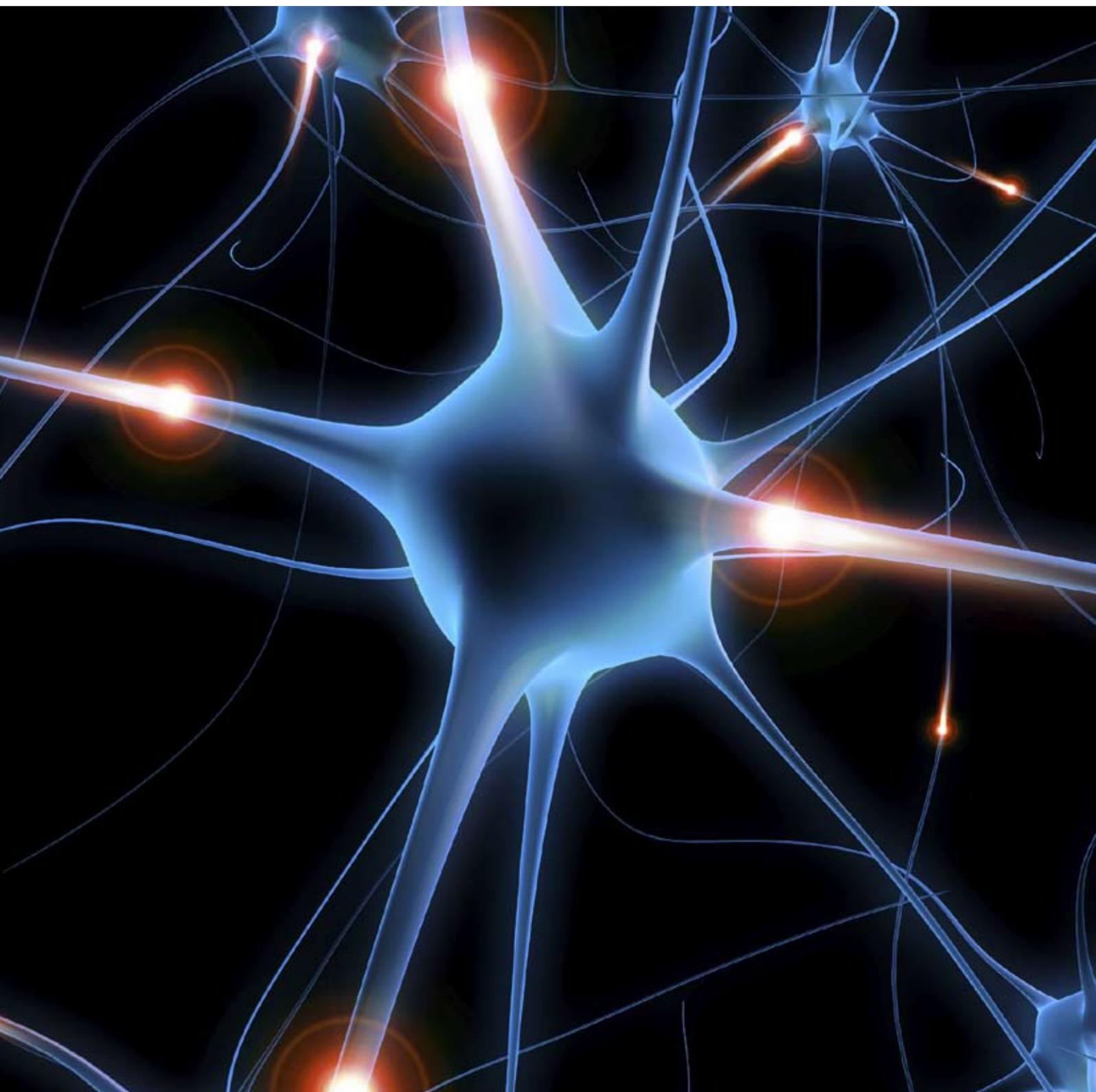
u-motions konzipiert und realisiert Ihre Veranstaltung auf Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse der Neurobiologie und Evolutionsforschung. Dies ist eine unserer besonderen Spezialitäten. Aber wodurch unterscheidet sich ein „normales“ Event von einem neuro event? Was ist überhaupt ein neuro event?

Aktuelle Ergebnisse der Gehirnforschung zeigen, dass unsere Wahrnehmung von Informationen maßgeblich durch zwei Faktoren bestimmt werden: Zum einen die Erwartungen an die konkrete Situation, die unsere Wahrnehmung wesentlich steuert. Zum anderen die individuellen Bewertungen, die eng mit unseren emotionalen Systemen verbunden sind. Diese Bewertungen bestimmen in erster Linie, welche Informationen gespeichert werden und wie diese in Entscheidungssituationen berücksichtigt werden.

Hier liegt der einzigartige Ansatz von neuro events: Indem wir diese Erwartungen und Bewertungen bei der Gestaltung aller Maßnahmen in den Mittelpunkt von Planung und Umsetzung stellen, schaffen wir optimale Bedingungen, damit die kommunikativen Botschaften ihr Ziel am besten erreichen und nachhaltig wirken.

Hierzu haben wir Erkenntnisse aus der Neurobiologie in konkrete Methoden und Verfahren implementiert und speziell für den Veranstaltungsbereich ausgestaltet, die wir bei unseren Analysen und Planungen von Events nutzbringend einsetzen.

Mit neuro events verankern Sie Ihre gewünschten Botschaften und Emotionen. Ihre Marken und Ihre Unternehmenspositionierung werden passgenau und konsequent kommuniziert und strahlen diese positive Wirkung auch im Nachklang der Veranstaltung noch aus.



Der neuro code als Erfolgsfaktor.

Vergessen Sie alles, was Sie vielleicht bisher über Modelle der linken (Ratio, Logik) und rechten (Emotio, Kreativität) Hirnhälfte gehört haben. Die aktuellen Neuro-Wissenschaften zeigen, dass sich unser Gehirn in sieben Bewertungszentren einteilen lässt, die in das Emotionssystem eingebunden und bei allen Menschen in individueller Ausprägung vorherrschend sind. Für die Live-Kommunikation sind dabei fünf Zentren/Faktoren von besonderer Bedeutung:

DOMINATION, SEEK, STABILITY, PLAY, COOPERATION.

Ganz gleich ob es sich um die Wahrnehmung, das Merken (Speicherung) von Informationen oder um Entscheidungen geht - diese Zentren sind in unseren Köpfen permanent aktiv und bilden mit Ihren Bewertungen die Grundlage aller Denkprozesse. Je nach ererbten Anlagen, gemachten Erfahrungen und der gerade herrschenden Situation erfolgen die Bewertungen und beeinflussen direkt die Informationsverarbeitung und Entscheidung. Und was hat das jetzt mit Events zu tun? Sehr viel! Denn bei Analyse und Planung einer Event-Konzeption lässt sich mit diesen Erkenntnissen aktiv arbeiten.

Indem wir den individuellen neuro code für Ihre Veranstaltung entwickeln, schaffen wir eine Richtschnur, an der sich alle Maßnahmen und Aktionen messen lassen. Je stärker diese den ermittelten neuro code unterstützen, umso besser und erfolgreicher ist Ihr Event. Je weniger sie dem neuro code entsprechen, desto mehr irritieren sie Ihre Gäste und sollten daher nicht zum Einsatz kommen. Denn auch hier gilt: Ein falsches Signal muss mit vielfachem Aufwand richtiger Signale korrigiert werden. Dies kostet Zeit und Geld. Deshalb bietet der neuro code die Chance planmäßiger, effizienter und mit größerem Erfolg Ihre Ziele zu erreichen.

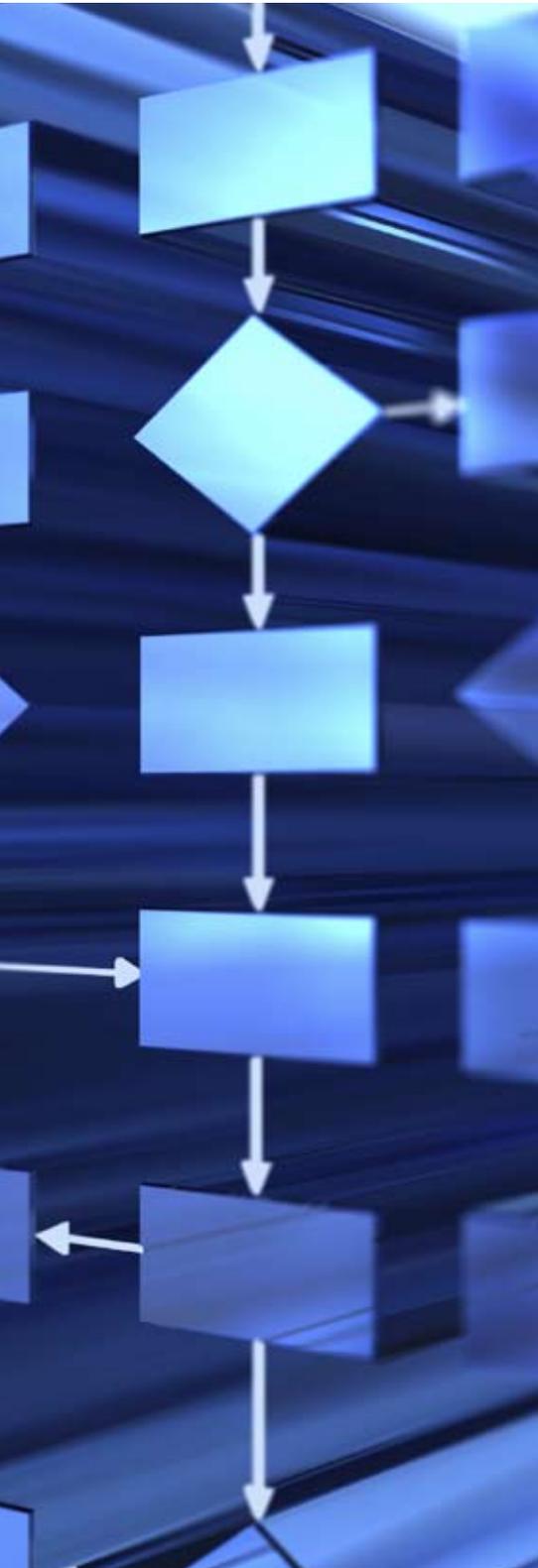


Neurobiologie

Entsprechung (Bsp.)

| | | |
|-------------|--|--|
| SEEK | Such nach Neuem | Offene, helle Flächen, Multimedia, Live-Cooking |
| STABILITY | Sicherheit, Stabilität | „Rundes“ Raumkonzept, dunkle Farben, feste Sitzplätze, rustikales Menü |
| COOPERATION | Gemeinschaft, Herdentrieb | Kommunikative Inseln, viele Stehplätze, Walk-acts, Rundbühne |
| PLAY | Spielerischer Wettbewerb, sich messen. | Viele Lichteffekte, dezentrales Buffet, Quiz, Aktionsstände |
| DOMINATION | Stärke, Durchsetzungskraft | Riesen“-Bühne, feudales Menü, Stargast, Laser-show oder Feuerwerk |

Wie wir neuro events entwickeln.



Doch wie sieht die Anwendung des neuro code und die Ausrichtung an den fünf Bewertungszentren für Ihre Veranstaltung ganz konkret aus? In sechs Schritten begleiten wir Sie bei ihrer Veranstaltungsplanung und führen Ihren Event zum Erfolg:

Schritt 1:

Entwicklung des neuro code

Durch eine Analyse der Unternehmens-, Produkt- und Wettbewerbssituation sowie der Ausgangslage Ihrer Kunden oder Mitarbeiter erstellen wir auf Basis neurowissenschaftlicher Erkenntnisse und unserer Erfahrungen aus der Praxis den individuellen neuro code für Ihre geplante Maßnahme.

Schritt 2:

Festlegung der zentralen Botschaften (neuro message)

Gemeinsam mit Ihnen definieren wir auf Basis des neuro code die zentralen Aussagen und Botschaften für Ihr Event. Dabei verstehen wir uns als Impulsgeber, Moderator und erfahrener Berater.

Schritt 3:

Definition der Szenerie (neuro elements)

Wir entwickeln Vorschläge für Rahmen und Elemente Ihrer Veranstaltung, die Ihre Botschaften effektiv und zielgerichtet unterstützen, in dem sie hohe Bewertungen in den entsprechenden Bewertungskategorien aller Gäste und Teilnehmer sicher stellen.

Schritt 4:

Planung, Adaption und Konzeption (neuro mapping)

Auf Basis von neuro code, neuro message und neuro elements erstellen wir eine inhaltliche Konzeption Ihres Events. So fügen wir die einzelnen Teile zu einem überzeugenden Gesamtbild zusammen und entwickeln Story und Zeitablauf.

Schritt 5:

Festlegung der Dramaturgie (neuro feelings)

Wir vervollständigen den Ablauf durch die Auswahl der am besten geeigneter Aktionen und Interaktionen. Dazu verstärken wir den neuro code durch den gezielten Einsatz dramaturgischer Elemente.

Schritt 6:

Realisation und Durchführung (neuro event)

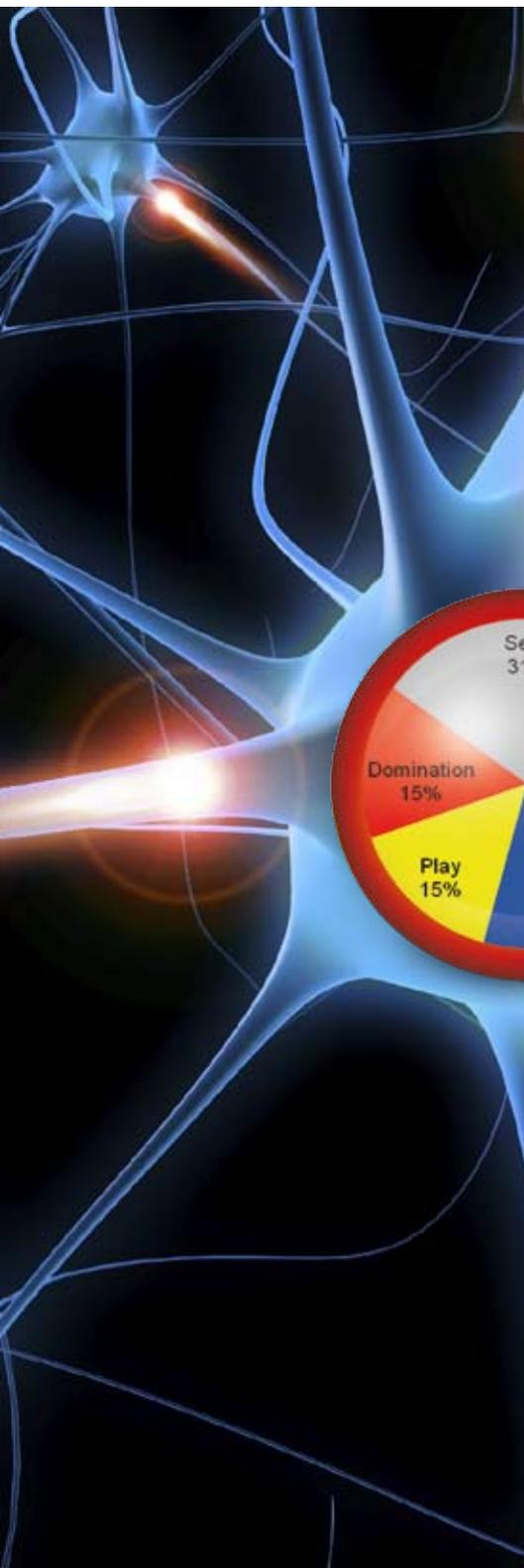
Durch die Auswahl und Koordination von internen und externen Dienstleistern, dem Briefing aller beteiligten Schlüsselpersonen und der Betreuung der ausführenden Planung vor Ort stellen wir den Erfolg des neuro events in der Umsetzung sicher.

Von der Analyse über die Beratung, von der Planung bis hin zur direkten Ausführung erhalten Sie von u-motions Ihr neuro event komplett aus einer Hand. Alle relevanten Details werden auf Basis des ermittelten neuro codes inszeniert und zielgerichtet für Sie umgesetzt.

Maßgeschneiderte Konzepte und eine konsequente Umsetzung, die geradlinig auf die optimale Wirkung Ihrer Informationen und Botschaften abzielt. Dies ist das Erfolgsgeheimnis von neuro events - auch für Ihre Veranstaltung.



Ein neuro event bei 1&1 Internet AG.



Die Ausgangssituation

Die 1 & 1 Internet AG ist ein führender Anbieter von Produkten rund um das Internet, DSL, Webhosting Mobiles Internet und vieles mehr. Das Unternehmen wächst stark und ist daher auch im Mitarbeiterbereich stets gefordert. Die jährlich stattfindenden Sommer- und Winterevents stellen für die Unternehmenskultur einen wichtigen Baustein zur Kommunikation der Unternehmensidentität und zur besseren Integration neuer Mitarbeiter dar.

Der neuro code

Die Analyse des neuro code ergab hohe Seek-Werte, bedingt durch das überwiegend jung-dynamische Publikum und der starken Zukunftsausrichtung des Unternehmens. Zudem hohe Cooperation-Werte, die durch den Charakter der Veranstaltung bestimmt wurden. Die erhöhten Stability-, Domination- und Play-Werte sind auf Wachstumsängste, die Positionierung der Marke 1und1 sowie der Zusammensetzung der Gäste zurückzuführen.

Die Herausforderung

Zu beachten war ein sehr heterogener neuro code. Die starke Seek-Orientierung war Grundlage der Veranstaltungskonzeption. Doch auch die ausgeprägte Stability-Orientierung als Grundlage für hohe Cooperation-Bewertungen bei den Teilnehmern waren wichtig, um die frische und lebendige Identität des Unternehmens wahrnehmbar abzubilden. Des Weiteren die erhöhten Domination-Werte, die auch Erwartungen hinsichtlich dem Premium-Charakter und der Marktpositionierung der 1&1 Internet AG vorgaben, wobei das vorgegebene Budget jedoch strikt einzuhalten war.



Ein neuro event bei 1&1 Internet AG.



Die Umsetzung

Nach Analyse und Definition des neuro code wurde ein passender Veranstaltungsort gesucht. Geplant wurde ein neuro event als „Sommerparty“, die einen angemessenen Outdoor-Charakter hat aber zugleich bei Regen eine Fortsetzung der angestrebten Partystimmung bis in die frühen Morgenstunden ermöglicht.

Es wurden gemäß neuro code verschiedene, dezentrale Plätze mit unterschiedlichem Charakter und Atmosphäre geschaffen (Cooperation), so dass die Gäste immer wieder zu Bewegung, Entdeckungen und Interaktion animiert wurden (Seek) und die Kommunikation miteinander in gewünschter Form gefördert wurde.

Der Stargast Ingo Appelt (Domination, Seek) überzeugte mit bekanntem bissigen Humor und passte ideal zur dynamischen Unternehmenskultur. Natürlich war dies nur ein Höhepunkt und der Auftakt zu einer langanhaltenden Party mit bester Stimmung bis die Morgensonne das natürliche Ende einläutete.



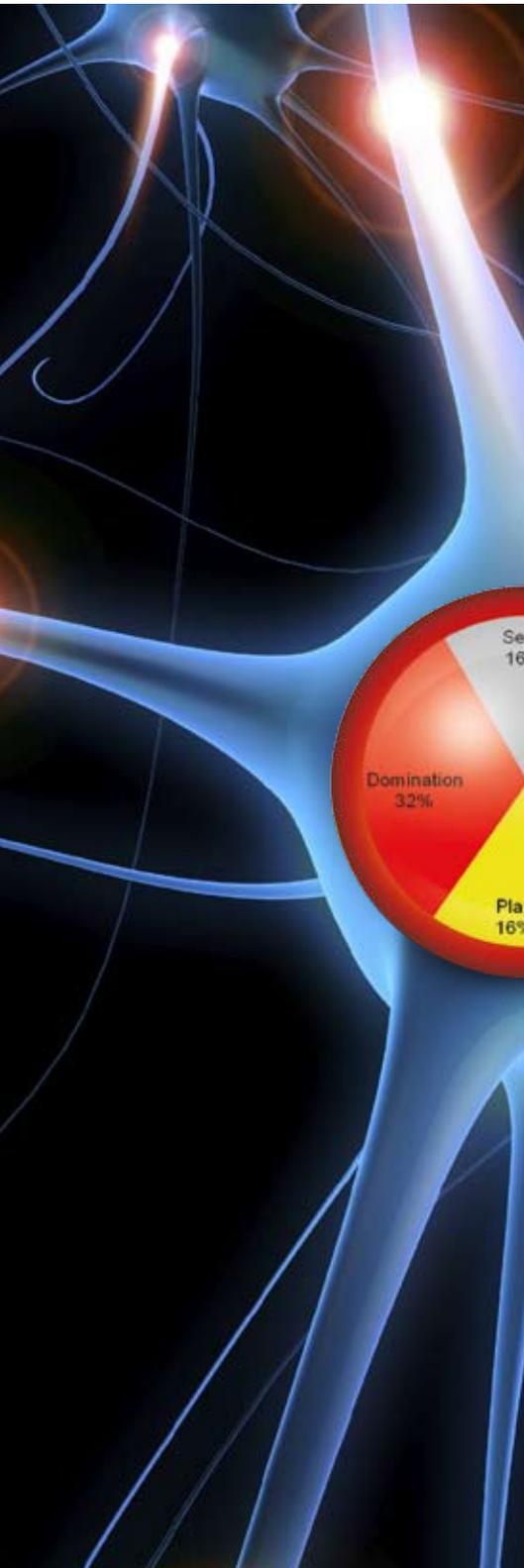
Die Meinung von 1&1 Internet AG:

„...u-motions schafft es immer wieder für uns ein Event zu gestalten, das in allen Bereichen überzeugt und weit über das Ende der Veranstaltung hinaus die gewünschten, positiven Auswirkungen zeigt. Wir nennen das nicht neuro event, wir nennen das Erfolg“.

Andreas Gauger,
CEO 1&1 Internet AG



Ein neuro event für expert AG.



Die Ausgangssituation

Bereits zum zehnten Mal war es Aufgabe von u-motions, einen geeigneten Rahmen für die rund 300 Teilnehmer der Abendveranstaltung zu erschaffen. Zweimal im Jahr treffen sich die Geschäftsführer der deutschlandweiten expert-Filialen zum gemeinsamen Meinungs austausch. Im Rahmen des dreitägigen Meetings findet immer auch eine gemeinsame Abendveranstaltung statt. Im Mittelpunkt steht hierbei der zwanglose aber wichtige Informationsaustausch von Unternehmerpersönlichkeiten. So auch anlässlich der Frühjahrstagung 2008 in Hannover.

Der neuro code

Die Analyse ergaben eine ungewöhnliche Kombination aus hohen Domination- und hohen Cooperation-Werten. Dies ist wohl durch den Kreis der Teilnehmer (selbständige Unternehmer) mit vergleichbarer Unternehmenssituation verbunden mit einem starken Bedürfnis zum gemeinsamen Austausch bedingt. Hinzu kommen erhöhte Werte für Seek und Play, die im zukunftsorientierten Technikumfeld und der starken Wettbewerbssituation ihre Entsprechung finden.

Die Herausforderung

Hohe Domination-Werte mit dem damit verbundenen Qualitäts- und Anspruchsdenken sowie dem Bedarf eines eigenen „Domizils“ mussten mit dem Bedürfnis der Cooperation-Orientierung beim zwanglosen Miteinander in Einklang gebracht werden. Die Seek- und Play-Ausrichtung macht es jedoch auch bei der zehnten Veranstaltung erforderlich, bewusst neue Akzente zu setzen.



Ein neuro event für expert AG.



Die Umsetzung

Nach Ermittlung und Planung auf Basis des neuro code konnten wir mit dem Bahnhof Leinhausen in Hannover, einem Gebäude im Stil der 30er Jahre, eine hervorragend geeignete Location finden. Hier konnte der konzeptionelle Rahmen mit der richtigen Gewichtung durch die zahlreich miteinander verbundenen Räume optimal realisiert werden (Domination, Cooperation).

Zum Auftakt stand eine Eisenbahnfahrt mit Dampflok und nostalgischen Waggons auf dem Programm (Seek). Im Bahnhof selbst kamen eine Kombination aus Sitzplätzen und Stehtischen sowie Barhocker zum Einsatz (Cooperation). Die Dezentralisierung des Speisenangebots ermöglichte den Gästen auch, die verschiedenen Räumlichkeiten des alten Bahnhofs zu entdecken.

Als Stargast begeisterte der aus Funk und Fernsehen bekannte Mike Krüger mit einem speziell auf expert AG zugeschnittenen Programm (Domination). Zum gelungenen Abschluß bestand die Möglichkeit in einer Lounge-Umgebung persönliche Gespräche zu führen (Domination, Cooperation) und den Abend gemütlich ausklingen zu lassen.



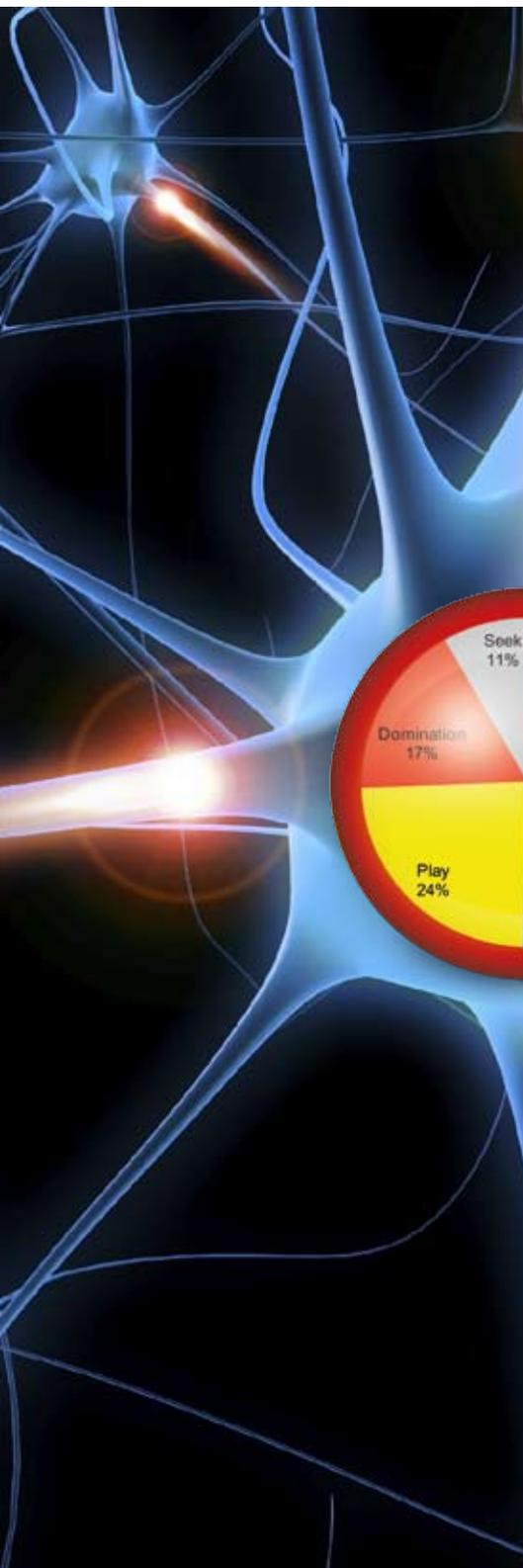
Die Meinung von expert AG:

Unser erfolgreiches Unternehmen ist immer auf der Suche nach Innovationen und Möglichkeiten zur Differenzierung. Deshalb haben unsere Gesellschafter-Veranstaltungen einen starken Symbolcharakter, bei denen wir bereits seit vielen Jahren auf die Methodik und Erfahrung des Teams von u-motions vertrauen. Das hat sich bewährt und zahlt sich aus.

*Volker Müller,
Geschäftsführer Deutsche expert Zentrale GmbH*



Ein neuro event für OBI.



Die Ausgangssituation

Die OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH führt als Nummer Eins die deutsche Bau- und Heimwerkermarktbranche an und gehört auch in Europa zur Spitzenklasse. Erfolgsrezept sind die umfassenden Informations- und Beratungsleistungen für die OBI-Kundschaft. Um die führende Position weiter auszubauen und die Kundenorientierung der Mitarbeiter zu stärken, finden regelmäßig Schulungen und Vertriebsmeetings statt. So auch das Kick-Off für sieben Baumärkte mit rund 500 Mitarbeiter der Region Freiburg bis Baden-Baden.

Der neuro code

Die Analyse des neuro code ergab hohe Cooperation-Werte, die aus den bereits durchgeführten Fortbildungsmaßnahmen des Unternehmens resultieren. Die hohen Play-Werte wurden durch den Charakter der Veranstaltung bestimmt. Die aktuelle Markt- und Wettbewerbssituation und daraus abgeleitete Maßnahmen der Geschäftsleitung bestätigten die traditionell hohen Domination- und erhöhte Stability-Werte, die es in diesem Jahr besonders zu betonen galt.

Die Herausforderung

Die untypisch hohen Stability-Werte der Teilnehmer sollten durch die Veranstaltungskonzeption ebenso bedient werden, wie die durch Stärke der Marke latent vorhandene Domination-Bewertung. Dazu musste die Balance zwischen der Wettbewerbssituation der einzelnen Mitarbeiter und Märkte auf der einen (Play) und der Stärkung des marktübergreifenden Zusammenhaltes auf der anderen Seite (Cooperation) geleistet werden.



Ein neuro event für OBI.



Die Umsetzung

Mit der Jugendstilhalle in Landau wurde ein prächtiger Hallenbau gewählt, der nach entsprechender Beflaggung und Beleuchtung sowohl Sicherheit als auch Stärke symbolisierte.

Der am neuro code ausgerichtete Programmablauf berücksichtigte in gleichem Maße Interaktion und Kommunikation unter den Teilnehmern (Stability / Cooperation) wie entsprechend konzipierte Siegerehrungen (Play). Die Ansprache der Geschäftsleitung zur Lage und Zukunft des Unternehmens wurde durch erstklassige künstlerische Darbietungen und der dramaturgischen Gesamtplanung der Veranstaltung glaubwürdig unterstützt. Sowohl die aktuelle Werbekampagne mit Sound-Jingles und Video-Clips als auch Inhalte der ganzjährig laufenden Mitarbeiterprojekte wurden durch Interaktionen thematisch und emotional eingebunden.

Als Highlight setzte der bekannte DJ Ötzi mit Band und Tänzerinnen den stimmungsvollen Schlusspunkt und machte das gemeinschaftliche Erlebnis für die jetzt wieder stärker zusammenrückenden Märkte vollkommen.



Die Meinung von OBI:

„Das Kick-off Meeting für unsere Mitarbeiter war auch in diesem Jahr ein ganz besonderes Erlebnis. Wir freuen uns schon auf weitere neuro events und vertrauen dabei mit Sicherheit auch in Zukunft auf die bewährte Zusammenarbeit mit u-motions“.

*Ingo Auer, Vertriebsleiter & Franchisepartner
OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH & Co*



Weitere neuro events und Kundenstimmen.

Doch es waren nicht nur die „harten Fakten“, die uns überzeugt haben, sondern auch überaus kreative Unterstützung im Vorfeld der Veranstaltung, die Verinnerlichung der zu transportierenden Botschaft sowie die tolle Zusammenarbeit vor Ort.

*Martin Daum, Werkleiter Werk Würth
Daimler AG*

„Perfekt organisiert und künstlerisch auf hohem Niveau. Bei allen Gästen ist ein nachhaltig positiver Eindruck entstanden. Das war für uns besonders wertvoll.“

*Dr. Eckhard Gerloff, Geschäftsführer
ETO Nahrungsmittel*

Alles in allem ein rundum beeindruckendes Ambiente, ein tolles Programm, perfektes Zeitmanagement. Vielen Dank dafür. Das waren fünf Tage beste Teamarbeit! “

*Gregor Biermann, Leiter Marketing/ Kommunikation
ALULUX Beckhoff GmbH & Co. KG*

„Die Resonanz am Montag danach war hervorragend.“

*Karsten Sohns, Projektleiter
Porsche AG Ludwigsburg*

„Ein wunderschöner Abend Ich habe die Gäste nur mit Begeisterung von diesem Ereignis sprechen hören.“

*P. Schneider, Direktion Administration und Logistik,
L’Oreal Haarkosmetik und Parfümerien GmbH & Co.*

„Für Ihre Unterstützung und die erfolgreiche Zusammenarbeit möchten wir uns bei Ihnen und Ihrem ganzen Team sehr herzlich bedanken!“

*Klaus Uhl, Geschäftsführung
Unternehmensgruppe Betty Barclay*

„Die begeisterten Reaktionen unserer Mitarbeiter beweisen, dass nicht nur unsere, sondern auch ihre Erwartungen bei weitem übertroffen wurden.“

*Wolfgang Nuß, Projektleiter
Debis Systemhaus Engineering GmbH*

„Alle Leistungsbausteine haben hervorragend zusammen gepasst und boten eine sehr erfolgreiche Plattform, um die Kommunikation mit Kunden und Nichtkunden optimal zu ermöglichen.“

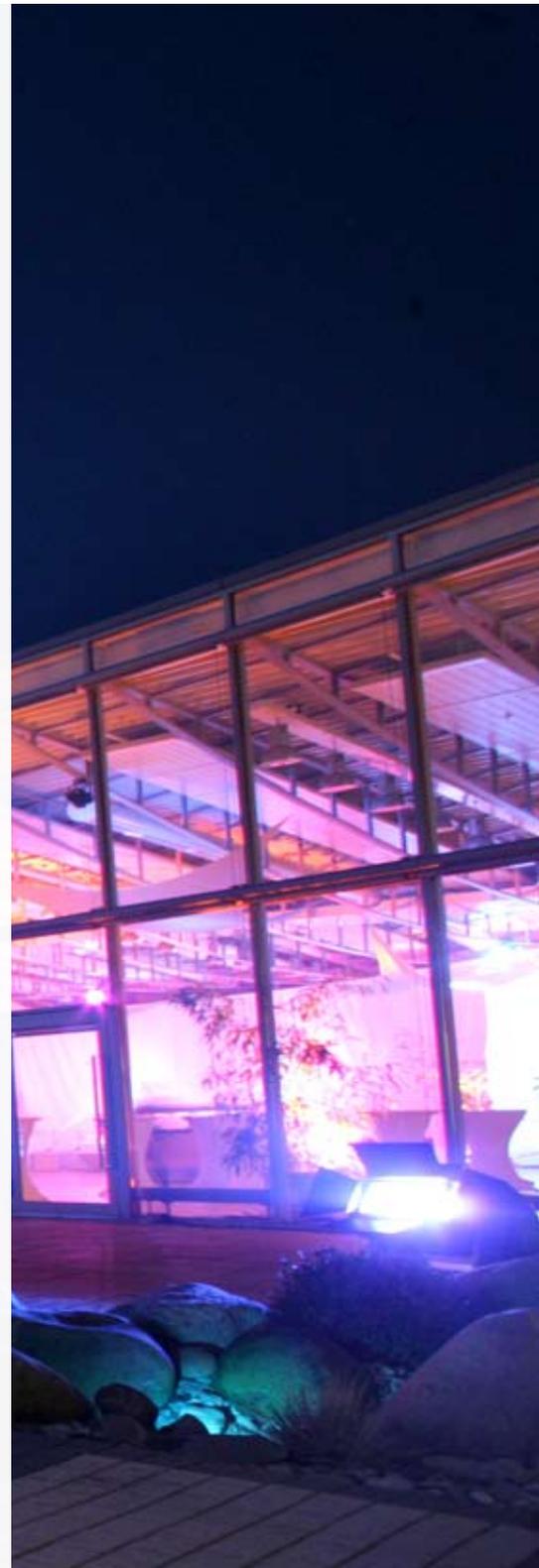
*Alexander Tombor, Marketingleiter
Volksbank Karlsruhe eG.*



Referenzen.



1&1 Internet AG
ARKU Maschinenbau GmbH
Audi Zentrum Karlsruhe GmbH
BETTY BARCLAY GmbH
Bruker Optik GmbH
Daimler AG
Deutsche Bausparkasse Badenia AG
Deutsche expert Zentrale GmbH
Deutsche Notes User Group e.V.
dm-drogerie markt GmbH & Co. KG
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Dresdner Bank AG
EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH
EnBW Energie Baden-Württemberg AG
ETO Nahrungsmittel KG
GROUP Technologies AG
Herbalife International Deutschland GmbH
Karlsruher Lebensversicherung AG
Karstadt Warenhaus GmbH
LBS Baden Württemberg
MAQUET GmbH & Co. KG
OBI Heimwerkermarkt GmbH & Co. KG
PC-Service GmbH
Pneuhage Reifendienste Süd GmbH
Porsche AG
S&G Automobil AG
SEW-EURODRIVE GmbH & Co. KG
Siemens AG
Sparda-Bank München
Sparkasse Karlsruhe
TOTAL Deutschland GmbH
Vereinigte Volksbank Maingau eG
WEB.DE GmbH



u-motions. Und das sind wir.

Die u-motions event services GmbH ist seit 1989 im Event- und Veranstaltungsbereich aktiv. Zum einen als Event-Ausstatter für Agenturen und Unternehmen, die bereits genau wissen, was sie wollen. In diesem Bereich ist u-motions als zuverlässiger Lieferant von Dekoration, Beleuchtung, Beschallung, Bühnenbau und Künstler-Programmen bekannt und einer der wenigen Anbieter mit diesem umfangreichen, ab Lager verfügbaren Komplettsortiment.

Darüber hinaus bietet u-motions von der kreativen Planung bis hin zur zuverlässigen Realisation alle Dienstleistungen einer professionellen Event-Agentur.

Im Geschäftsbereich u-motions Dr. Körner Consulting wurde der neuro code auf Basis neuester, wissenschaftlicher Erkenntnisse entwickelt und in der Kommunikationsberatung für Unternehmen erfolgreich umgesetzt. u-motions event services hat sich auf die Anwendung dieser Prinzipien für den Eventbereich spezialisiert und in jahrelanger Praxis optimiert.

Mit der erfolgreichen Planung und Durchführung dieser so genannten neuro events konnte das Unternehmen als erster Anbieter am Markt überzeugen und zahlreiche, namhafte Unternehmen als Kunden gewinnen. Dies macht u-motions heute zum führenden Anbieter, wenn es darum geht, Veranstaltungen konsequent an den Unternehmenszielen und der Zielgruppe auszurichten.

Kontakt.

Interessiert?

Dann sprechen Sie am besten direkt mit uns über Ihre kommunikativen Herausforderungen. Denn neuro events von u-motions sind eindeutig die bessere Wahl, wenn es um erfolgreiche Live Kommunikation zur Erreichung der Unternehmensziele geht.

Sprechen Sie mit uns über Ihre Vorstellungen
– wir freuen uns von Ihnen zu hören!

u • motions GmbH

neuro events

Im Schlehert 20
D - 76187 Karlsruhe

Tel. 0721 – 37 39 26
Fax 0721 – 35 95 86

info@u-motions.de
www.u-motions.de





www.u-motions.de