

## Die Zukunft wirkungsvoller Live-Kommunikation

**Zum Thema neuro events spricht Kommunikationsexperte Dr. Nikolaus Körner auf der liveCOMM**

**Die liveCOMM, Fachmesse für Live-Communication, startet am 3. Dezember in Salzburg. Innerhalb der Veranstaltung konzentriert sich der NEO Kongress auf Neuro-Kommunikation für Events und Messen. Am zweiten Kongress-Tag spricht Dr. Nikolaus Körner, Geschäftsführer der Karlsruher u-motions GmbH, zum Thema „neuro events: Die Zukunft wirkungsvoller Live-Kommunikation“.**

Wie lassen sich Menschen motivieren, Marken emotionalisieren, Produkte stärker differenzieren? Antworten auf diese Fragen liefert der NEO Kongress. Experten aus allen Disziplinen der Live-Kommunikation, wie der Münchner Psychologe und Bestseller-Autor Dr. Hans-Georg Häusel, treffen sich auf dem Forum. Auch Dr. Nikolaus Körner, Geschäftsführer der Event-Agentur u-motions, gehört zu den Fachgrößen. Körners Unternehmen leistet Pionierarbeit in der noch recht jungen Disziplin der Neuro-Kommunikation.

Die u-motions GmbH verbindet schon seit über einem Jahr erfolgreich Event-Business und Neurobiologie. Das von Körner entwickelte Konzept der neuro events basiert auf topaktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung. Körner erklärt: „neuro events sind der neue Weg, Informationen und Emotionen wirkungsvoll zu kommunizieren. Unternehmen und Führungskräfte sollten Kommunikation nur noch nach der Wirkung bei Kunden oder Mitarbeitern bewerten“.

Am Anfang eines neuro events steht der neuro code. Daraus leiten sich die zentralen Botschaften ab. Später werden diese Inhalte in konkrete Situationen gekleidet – so genannte neuro scenes. Die bilden das Gerüst der tatsächlichen Kommunikation. Wie ein roter Faden verbinden neuro scenes die Story. Dramaturgische Effekte, entsprechend dem neuro code, laden die Informationen zusätzlich auf. „Dies garantiert fast schon den hundertprozentigen Erfolg“, verspricht Körner.

Entscheidend ist, dass sich die Neuro-Kommunikation in allen Prozessen - insbesondere bei Veranstaltungen - auf die Bewertung durch die Zielgruppe konzentriert. Botschaften und Informationen werden so bei Kunden und Mitarbeitern noch besser wahrgenommen und haften im Gedächtnis. Körner: „Die Methode der Neuro-Kommunikation hat beste Aussichten bei Unternehmen. Führungskräften aus Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Human Resources können mit dieser Strategie künftig noch wirkungsvoller kommunizieren.“

Weitere Informationen zur liveCOMM: <http://www.live-comm.eu/>

Weitere Informationen zur Neuro-Kommunikation: <http://www.u-motions.de/>

**Ansprechpartner:** Frau Nadine Becker  
Vertrieb und Marketing  
Telefon: +49 (721) 915778-721  
Fax: +49 (721) 915778-799  
E-Mail: [becker@u-motions.de](mailto:becker@u-motions.de)

**Über u-motions GmbH:**

**u-motions** ist seit 20 Jahren erfolgreicher Veranstalter von Events aller Größenordnungen im Inland und benachbartem Ausland. Namhafte Unternehmen, darunter Daimler AG, 1&1, Expert und OBI, sind seit vielen Jahren Kunden auf der langen Referenzliste. u-motions positioniert sich heute mit drei Business-Units am Markt.

„**event services**“ Diese Business-Unit bietet Unternehmen die Möglichkeit einfach all das zu mieten, was sie für Ihre Veranstaltung benötigen – ohne Dienstleistung und direkt ab Lager. Alternativ steigt u-motions auch bereits in der Planungsphase mit in den Event ein – dadurch profitieren die Kunden von lebendiger Kre

„**neuro events**“ Mit dieser Business-Unit positioniert sich u-motions als erste Neuro-Event Agentur am Markt - erfahren und konsequent im Bereich der Neuro-Kommunikation. neuro events basieren auf einer Methodik, welche jahrelange Praxiserfahrung mit dem Expertenwissen der Neuro-Kommunikation verbindet und wirkungsvolle und nachhaltige Live-Kommunikation garantiert.

„**neuro communications**“ Die Business-Unit unterstützt Unternehmer und Führungskräfte, unbewusste Mechanismen der Informationsverarbeitung gezielt einzusetzen - für nachhaltigen Markterfolg von Produkten und Dienstleistungen und um durch eine effektive und nachhaltige Kommunikation zu überzeugen.