

# Voll-sinnig

*Autorin: Rahel Willhardt*

„... Was zunächst akademisch klingt, könnte die Wahrnehmung des öffentlichen Raums revolutionieren. Denn Elektroautos hört und riecht man eigentlich nicht – das ist problematisch. Setzen sich die Produktvertreter durch, wird es auf modifizierte Motorengeräusche hinauslaufen, gewinnen Markenverfechter die Oberhand, könnten künftige Blechgeliebte zur rundum sinnlichen Nachhaltigkeitserfahrung werden ... Multisensuale Kommunikation ist dort stark, wo sie aus der Inneransicht des Verbrauchers heraus entwickelt wird ...“

Zitat aus „absatzwirtschaft marken 2010“. Hier können Sie den kompletten Artikel kostenpflichtig laden:  
[http://www.absatzwirtschaft.de/Content/default.aspx?\\_p=1004040&an=031010057](http://www.absatzwirtschaft.de/Content/default.aspx?_p=1004040&an=031010057)