



Multisensorische Inklusion – Ein Maßnahmenkatalog für Veranstalter:innen zur Förderung der Besucher:innen-Experience

Annika Lohmann¹ | Prof. Dr. Olga Spomer¹ | Katrin Gleixner-Weiberg²

¹ Technische Hochschule Mittelhessen, Fachbereich Management und Kommunikation

² support factory GmbH

Zusammenfassung

Ziel – Sensibilisierung für das Thema der Sinnesbeeinträchtigungen. Integration multisensorischer Elemente auf Veranstaltungen zur Verbesserung der Besucher:innen-Experience. Entwicklung eines praxisorientierten Maßnahmenkatalogs für Veranstalter:innen zur Förderung der Inklusion.

Design/Methodik – Systematische Sekundärforschung, bestehend aus strukturierter Literaturrecherche und -analyse sowie dem Desk Research Review.

Ergebnisse – Grundlagen, Wirkungen, Chancen und Herausforderungen der Multisensorik sind in der Literatur umfassend untersucht worden, jedoch nicht der Einsatz von Multisensorik im Eventkontext. Die gezielte multisensorische Ansprache verbessert neben der Erlebnisqualität auch die Barrierearmut und die Sicherheit der Event-Besucher:innen, v. a. derjenigen, deren Sinneswahrnehmung beeinträchtigt ist. Produkte und Dienstleistungen zur Förderung der Inklusion im Eventkontext in der Praxis wurden identifiziert und vorgestellt.

Limitationen – Fokus auf visuellen und auditiven Sinnesbeeinträchtigungen, Nichteinbezug der unmittelbaren Perspektive der Betroffenen.

Relevanz der Studie – Multisensorik bietet enormes Potenzial, um Veranstaltungen wirksamer, sicherer, erinnerungswürdiger und inklusiver zu gestalten. Ein Maßnahmenkatalog für Veranstalter:innen zur Förderung der Besucher:innen-Experience und multisensorischen Inklusion in der Praxis wurde entwickelt.

1. Einleitung

Inklusion hat in den letzten Jahren an gesellschaftlicher Bedeutung gewonnen. So führt der Verband Bildung und Erziehung regelmäßig repräsentative Umfragen zum Thema „Inklusion an Schulen“ durch (vbe, 2025).

Das Thema Inklusion und Sinnesbeeinträchtigung steht auch international im Fokus. Das Filmdrama „CODA“ über ein hörendes Kind gehörloser Eltern hat 2022 als erster Film mit überwiegend gehörlosen Hauptdarsteller:innen den Oscar für den besten Film erhalten (Oscars, 2022).

Ende 2023 lebten etwa 7,9 Millionen Menschen

mit schwerer Behinderung in Deutschland, das entspricht 9,3% der Bevölkerung (destatis, 2024). Für diese Gruppe ist Inklusion essenziell, um am sozialen und kulturellen Leben teilzunehmen. Artikel 30 der UN-Behindertenrechtskonvention, die Deutschland 2009 ratifiziert hat, garantiert Menschen mit Behinderung die gleichberechtigte Teilhabe am kulturellen Leben, an Freizeit und Sport. Zusätzlich sichern nationale Gesetze wie das Behindertengleichstellungsgesetz diese Rechte ab.

Trotz der gesetzlichen Lage und zunehmenden Bedeutung, Menschen mit Beeinträchtigungen gleichberechtigt Teilhabe zu ermöglichen, sind Menschen mit Behinderung im Kulturbereich weiterhin unterrepräsentiert. Nur 46 % der Menschen mit Beeinträchtigung besuchen selten bis monatlich kulturelle Veranstaltungen, gegenüber 77 % der Menschen ohne Beeinträchtigung (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2021, S. 622).

Dabei eröffnet Inklusion auf Veranstaltungen den Zugang zu neuen Zielgruppen und fördert innovative, multisensorische Konzepte.

Korrespondenz zum Artikel

Olga Spomer

E-Mail: olga.spomer@muk.thm.de

Bitte zitieren als

Lohmann, A., Spomer, O. & Gleixner-Weiberg, K. (2025). Multisensorische Inklusion – Ein Maßnahmenkatalog für Veranstalter:innen zur Förderung der Besucher:innen-Experience, Institut für innovative Live Kommunikation, Technische Hochschule Mittelhessen.

Folgende Forschungsfragen sind von besonderem Interesse:

1. Welche Beeinträchtigungsformen gibt es grundsätzlich bei Menschen? Welche Bedürfnisse haben Menschen mit jeweiligen Beeinträchtigungen?
2. Warum ist eine multisensorische Ansprache aller Besucher:innen wichtig?
3. Welche Möglichkeiten zur Einbindung multisensorischer Elemente auf Veranstaltungen zur Förderung der Inklusion und der Besucher:innen-Experience gibt es?
4. Was sind die Chancen und Herausforderungen von multisensorischer Inklusion?

2. Theoretische Grundlagen

2.1 Grundlegende Begriffsdefinitionen

Inklusion bedeutet, „dass jeder Mensch die Möglichkeit erhalten soll, sich umfassend und gleichberechtigt an der Gesellschaft zu beteiligen. Die Teilhabe darf nicht von Faktoren wie individuellen Fähigkeiten [...] abhängen. Vielfalt wird als normal vorausgesetzt.“ (Antidiskriminierungsstelle des Bundes, 2024). Es geht um „das Recht jedes Menschen, in sozialen Bezügen leben zu können, also in allen Lebensbereichen dabei sein zu können“ (Deutsches Institut für Menschenrechte, 2012).

Die Bezeichnung *Behinderung* ist gesetzlich in § 2 Abs. 1 SGB IX definiert: „Menschen mit Behinderungen sind Menschen, die körperliche, seelische, geistige oder Sinnesbeeinträchtigungen haben, die sie in Wechselwirkung mit einstellungs- und umweltbedingten Barrieren an der gleichberechtigten Teilhabe an der Gesellschaft mit hoher Wahrscheinlichkeit länger als sechs Monate hindern können.“ Die Person selbst hat eine (Sinnes-) *Beeinträchtigung* bzw. eine körperliche Einschränkung (etwa im Sehen, Hören, Kognition oder Bewegung) und aus dieser Beeinträchtigung ergibt sich die soziale Benachteiligung. Danach entsteht Behinderung aus der Wechselwirkung von Gesundheit, Teilhabe und (Sinnes-)Beeinträchtigung (Bundesvereinigung Lebenshilfe, 2025).

Der Begriff *Barrierefreiheit* ist rechtlich im § 4 Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) definiert. „Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Beeinträchtigungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind. Hierbei ist die Nutzung behinderungsbedingt notwendiger Hilfsmittel zulässig“.

2.2 Beeinträchtigungen bei Menschen

- *Körperliche Beeinträchtigungen*: können sowohl angeboren sein als auch durch z. B. einen Unfall oder eine plötzliche Erkrankung entstehen (KOFA & Aktion Mensch, 2024). Zu den häufigsten Formen zählen Schädigungen des Zentralnervensystems, Schädigungen oder Fehlbildungen des Skelettsystems, Schädigungen der Gliedmaßen, Muskelsystemerkrankungen und entzündliche Erkrankungen der Knochen.
- *Seelische Beeinträchtigungen*: betreffen die Psyche eines Menschen und sind deshalb in der Regel nicht von außen sichtbar. Sie beeinflussen das Fühlen, Handeln, die Wahrnehmung oder die Orientierung eines Menschen. Konkret wird zwischen affektiven Störungen (z. B. bipolare Störungen, Depressionen), Belastungs- und Anpassungsstörungen (z. B. Zwangsstörungen, soziale Phobie), Persönlichkeits- und Verhaltensstörungen (z. B. übersteigertes Misstrauen) und schizophrene und wahnhaftige Störungen (z. B. Verfolgungswahn, Halluzinationen) unterschieden.
- *Geistige Beeinträchtigungen*: werden meist im Kindesalter festgestellt. Eine Person hat i. d. R. erhebliche Schwierigkeiten beim Erlernen von motorischen Fähigkeiten, Kommunikation und Sprache, sozialen Interaktionen und/oder bei kognitiven Fähigkeiten, wie Lernen (WHO, 2019). Beispiele hierfür sind u. a. die Autismus-Spektrum-Störungen oder Trisomie 21.
- *Sinnesbeeinträchtigungen*: betreffen einen oder mehrere Sinne.

2.3 Arten von Sinnesbeeinträchtigungen

Sehbeeinträchtigungen: Eine Sehbeeinträchtigung liegt vor, wenn das Sehvermögen trotz Korrektur durch Sehhilfen (z. B. Brille, Lupe) auf 30 % des normalen Sehvermögens reduziert ist. Eine hochgradige Sehbeeinträchtigung liegt vor, wenn das Sehvermögen 2-5 % beträgt. Ein Mensch gilt ab einem Sehvermögen von unter 2 % als blind (Woche des Sehens, 2025, S. 5).

Hörbeeinträchtigungen: Kann eine Person eine Lautstärke von 20 Dezibel (dB) nicht mehr wahrnehmen, liegt eine Hörbeeinträchtigung vor. Eine leichte Schwerhörigkeit liegt vor, wenn man z. B. das Ticken einer Uhr (20 dB bis < 35 dB) nicht mehr wahrnimmt, eine mäßig starke Schwerhörigkeit, wenn man eine Unterhaltung auf einem Meter Abstand nicht mehr hört (50 dB bis < 65 dB) und eine vollständige Gehörlosigkeit liegt vor, wenn z. B. das Autohupen nicht mehr wahrgenommen wird (95 dB oder mehr, WHO, 2021).

Sensibilitäts-/ Empfindungsstörungen der Haut: Kann man über die Haut nichts mehr fühlen, so liegt eine „Anästhesie“ bzw. eine Sensibilitätsstörung mit komplettem Ausfall vor. Dabei fehlt die Wahrnehmung von Sinnesreizen wie Berührung, Temperatur oder Schmerz im betroffenen Bereich völlig. Die Ausprägungen reichen von einer herabgesetzten Empfindungsfähigkeit, d. h. einem abgeschwächten Hautgefühl (Hypästhesie), über unangenehme Missempfindungen wie Kribbeln (Parästhesie), als „falsch“ empfundene Sinneswahrnehmung (Dysästhesie) bis hin zum kompletten Verlust der Schmerzempfindung (Analgesie, Karnath et al., 2022).

Riechbeeinträchtigungen: Eine Riechstörung (Dysosmie – allgemeine Veränderung der Geruchswahrnehmung) liegt vor, wenn man aufgrund der Schädigung des Riechsystems Gerüche entweder gar nicht mehr (Anosmie), nicht mehr gut (Hyposmie – herabgesetzte Riechfähigkeit) oder überempfindlich (Hyperosmie) wahrnehmen kann. Parosmie ist dabei eine „veränderte“ Wahrnehmung von Gerüchen in Anwesenheit einer Duftquelle, d. h. Düfte werden anders oder unangenehm erlebt (Landis et al., 2010). Werden nicht vorhandene Gerüche wahrgenommen, liegt eine Phantosmie (Geruchshalluzination) vor (Müller & Renner, 2022; DGHNO, 2023).

Schmeckbeeinträchtigungen: Schmeckstörungen, Dysgeusien, entstehen durch eine Verminderung (Hypogeusie) oder Verstärkung (Hypergeusie) der Schmeckwahrnehmungen für süß, sauer, salzig, bitter und umami. Ein kompletter Verlust des Schmeckvermögens wird als Ageusie bezeichnet. Eine partielle Ageusie liegt vor, wenn Verlust der Empfindlichkeit gegenüber einem bestimmten Schmeckstoff zu beobachten ist. Auch bei Schmeckempfindungen kann es zu veränderter Wahrnehmung kommen (Parageusie) oder zur Wahrnehmung von Schmeckeindrücken in Abwesenheit einer Reizquelle (Phantogeusie bzw. Schmeckhalluzinationen, Müller & Renner, 2022; DGHNO, 2023).

Im Rahmen der Untersuchung wird der Schwerpunkt auf Seh- und Hörbeeinträchtigungen gelegt.

2.4 Grundlagen zur Experience

Der Begriff *Experience* lässt sich als Erfahrung oder Erlebnis übersetzen. Ein Erlebnis ist der subjektiv wahrgenommene, durch das Produkt und die marketingpolitischen Maßnahmen vermittelte Beitrag zur Lebensqualität der Konsumenten (Weinberg, 1992, S. 3). Die Ausarbeitung eines gelungenen Besucher:innen-Erlebnisses ist essenziell, wenn eine Veranstaltung erfolgreich sein soll (GCB, 2019). Ein Event sollte für Teilnehmer:innen ein rundum erinnerungswürdiges Erlebnis darstellen. Dies geschieht u. a. durch die

Aktivierung und die Einbindung der Teilnehmer:innen sowie die Berücksichtigung individueller Bedürfnisse der verschiedenen Besucher:innentypen. Wird nicht jede:r Teilnehmer:in einer Veranstaltung eingebunden, leidet die Besucher:innen-Experience und somit der Erfolg der Veranstaltung darunter (Holzbaur et al., 2005, S. 9 f.).

2.5 Grundlagen der Multisensorik

Der Begriff *Multisensorik* bzw. Multisensualität lässt sich in „Multi“, die lat. Vorsilbe für „viel“, „mehrfach“, und „Sensorik bzw. „Sensualität“, die Reizempfänglichkeit der Sinnesorgane, aufteilen. Zusammengesetzt bedeutet Multisensorik „die Betroffenheit vieler Sinne“ (Regenbogen & Meyer, 2005, S. 607).

Das Grundprinzip der Multisensorik ist die *multisensorische Verstärkung* (multisensory enhancement). Dieses besagt, dass eine Botschaft, die das menschliche Gehirn über mehrere relevante Sinneskanäle erreicht, schneller und deutlich intensiver verarbeitet wird als ein einzeln ankommendes Signal (Nölke & Gierke, 2011, S. 23; Steiner, 2018, S. 281). Lindstrom (2019, S. 164) bezeichnet dies auch als die „Superadditivität“. Damit es zu einer multisensorischen Verstärkung kommt, müssen die Reize räumlich zusammenhängend sein, zeitgleich abgegeben werden und gleiche Botschaften transportieren, d. h. kongruent sein (Kreutzer, 2022, S. 402 f.).

Die *multisensorische Holistik* besagt, dass – hat das Gehirn einmal multisensorisch gelernte Botschaften abgespeichert – ein Reiz über nur einen Sinneskanal genügt, um die multisensorische Erinnerung in Gänze wieder aufzurufen. Dies liegt in den Abhängigkeiten zwischen verschiedenen Reizmodalitäten, sog. Synästhesien, begründet. Wahrnehmung auf einem Sinneskanal aktiviert assoziativ verbundene Vorstellungen eines anderen (Nölke & Gierke, 2011, S. 23).

Die Wirkungen der Multisensualität resultieren in einer schnelleren Informationsaufnahme, einem größeren Erinnerungswert, einer gesteigerten Erlebnisqualität sowie Wahrnehmungsintensität (Steiner, 2025, S. 106 f.).

2.6 Grundlagen der Sinneswahrnehmung

Die Sinnesorgane ermöglichen die Aufnahme von Geräuschen, Geschmäckern, Gerüchen, Sichtbarem, Tastbarem oder Wärmequellen. Diese Informationen werden über Sinnesrezeptoren (Sensoren) aufgenommen und an das Gehirn weitergeleitet. Dort werden die aufgenommenen Informationen verarbeitet und ggf. auch gespeichert (Linxweiler, 2004, S. 47).

Visuelle Wahrnehmung: Über das Sinnesorgan Auge werden ca. 70 % der Umweltinformationen wahrgenommen (Frings & Müller, 2019, S. 127). Es werden Formen, Farben, Texturen und Helligkeiten

wahrgenommen. Über die Pupille, eine Öffnung in der Iris, gelangt das Licht in das Innere des Auges. Das Licht wird durch das Linsensystem (Hornhaut und Linse) gebrochen und es wird ein umgekehrtes Bild auf die Netzhaut (Retina) projiziert. Auf der Retina befinden sich Photorezeptoren, die sog. Zapfen und Stäbchen. Die Zapfen ermöglichen das Sehen bei stärkeren Lichtverhältnissen und das Farbsehen, während die Stäbchen das Sehen bei ungünstigeren Lichtverhältnissen ermöglichen. Die aufgenommenen und über die Retina gefilterten Informationen gelangen über Nervenfasern im blinden Fleck zum Gehirn. Dort werden die über das Auge wahrgenommenen Bildpunkte zu einem Gesamtbild zusammengefügt. Für diese Informationsverarbeitung werden ca. 30 % der Gesamtkapazität der Großhirnrinde benötigt (Eysel, 2010, S. 340 ff.; Frings & Müller, 2019, S. 129 ff.).

Akustische Wahrnehmung: Das Hören beginnt bei der Aufnahme von Druckwellen. Eine Schallquelle versetzt die Luftteilchen in Schwingungen, sodass Schallwellen über die Luft in das Außenohr gelangen. Die Schallwellen setzen daraufhin das Trommelfell in Bewegung. Diese Schwingungen werden über die Mittelohrknochen (Hammer, Amboss und Steigbügel) auf das ovale Fenster, den Eingang in das Innenohr, übertragen. Im Innenohr befindet sich die Cochlea (Hörschnecke). Eine mit Haarzellen besetzte Membran in der Cochlea nimmt die verschiedenen Frequenzen auf und leitet diese in Form von elektrischen Signalen über den Hörnerv an das Gehirn weiter (Zenner, 2010, S. 319 ff.; Frings & Müller, 2019, S. 205 ff.).

Haptische Wahrnehmung: Das Sinnesorgan für das Fühlen und Tasten ist die Haut. Sie besteht aus einer Oberhaut (Epidermis), Lederhaut (Dermis) und Unterhaut (Subcutis). Dort sitzen verschiedene Sinneszellen, die als Vibrations-, Druck-, Bewegungs- oder Temperatursensoren fungieren und Informationen

über die Größe, Gewicht, Oberflächenstruktur, Härte, Temperatur oder Textur eines Objektes aufnehmen können. Die aufgenommenen Informationen werden dann in Nervensignale umgewandelt und an das Gehirn weitergeleitet. Das Gehirn kann ein geistiges Bild des berührten Gegenstandes erstellen, ohne dass dieser mit den Augen betrachtet wurde (Treede, 2010, S. 273 ff.; Frings & Müller, 2019, S. 268 ff.).

Gustatorische Wahrnehmung: Die Geschmackswahrnehmung erfolgt über die Geschmackssinneszellen. Diese sitzen an den Geschmacksknospen, welche wiederum in den Wänden und Gräben der Geschmackspapillen liegen. Je nach Beschaffenheit kann in Pilz-, Blätter- und Wallpapillen unterschieden werden. Die Geschmackszellen sind auf die Erkennung einer oder mehrerer Geschmacksqualitäten (salzig, umami, süß, sauer, bitter) spezialisiert. Über die Geschmackszellen werden Neurotransmitter freigesetzt, die Nervenfasern aktivieren und anschließend die Geschmacksinformationen an das Gehirn weiterleiten (Hatt, 2010, S. 387 f.; Frings & Müller, 2019, S. 84 ff.).

Olfaktorische Wahrnehmung: Die Geruchswahrnehmung erfolgt über die Riechschleimhaut mit den Riechzellen in der Nase. Die Riechzellen sind mit verschiedenen Duftstoffrezeptoren ausgestattet. Die aufgenommenen Informationen werden in den artengleichen Riechzellen gebündelt und als elektrische Impulse an das Gehirn weitergeleitet. Der Geruchssinn ist direkt mit dem limbischen System, dem Zentrum für Emotionen und das Gedächtnis, verknüpft. Somit können Gerüche starke Gefühle und Erinnerungen auslösen. Weiterführend ist der Geruchssinn eng mit dem Geschmackssinn verknüpft. Beim Kauen von Nahrung werden Gerüche freigesetzt, welche über den Rachen in die Nase gelangen (Hatt, 2010, S. 393 f.; Frings & Müller, 2019, S. 102 ff.).

Abbildung 1
Multisensuale Codierung bei Events



Quelle: Ronft, 2021a, S. 161

2.7 Multisensorik auf Veranstaltungen

Live-Kommunikationsmaßnahmen sprechen beabsichtigt oder auch unbeabsichtigt alle Sinne der Besucher:innen an und beeinflussen, ob ein Event positiv oder negativ auf sie wirkt (Ronft, 2021a, S. 152). Dabei ist es essenziell, dass „um die Potenziale professioneller Live-Kommunikation auszuschöpfen, [...] möglichst alle Sinne die deckungsgleichen Informationen an das Gehirn senden [sollten], um den neurologischen Verstärkungseffekt [...] zu erreichen“ (Ronft, 2021a, S. 159 f.). Um dieses Ziel zu erreichen, muss eine Botschaft kongruent multisensorisch codiert werden (Abb. 1). Im ersten Schritt sollte die zu vermittelnde Botschaft klar definiert werden. Im nächsten Schritt müssen geeignete sensorische Elemente der Botschaft zugeteilt werden. Hieraus ergibt sich meist auch das geeignete Eventformat. Häufig ist das Eventformat bereits festgelegt und es wird erst anschließend sensorisch codiert. Nachdem die Codierung und das Eventformat festgelegt wurden, wird ein passendes Eventdesign gewählt, das die zuvor definierte sensorische Codierung und die zu vermittelnde Botschaft berücksichtigt. Unter Berücksichtigung dieser Planungsschritte entsteht eine multisensorisch kongruente Veranstaltung (Ronft, 2021a, S. 160 f.).

3. Methodisches Vorgehen

3.1 Strukturierte Literaturrecherche

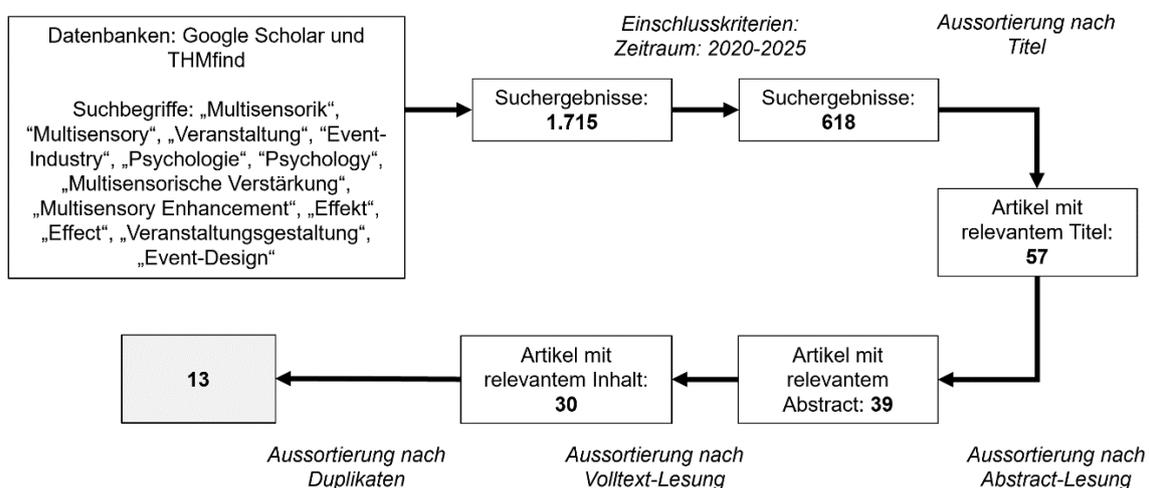
Um den aktuellen Stand der Forschung zur Anwendung multisensorischer Elemente auf Veranstaltungen und die daraus entstehenden Effekte auf die Besucher:innen abzubilden, wurde eine strukturierte Literaturrecherche und -analyse durchgeführt.

Für die strukturierte Literaturrecherche wurde das methodische Verfahren nach Döring (2023) gewählt.

Abbildung 2

Vorgehen bei der strukturierten Literaturrecherche

1. Hierzu wurden im ersten Schritt Schlag- und Stichwörter festgelegt anhand derer wissenschaftliche Datenbanken durchsucht wurden.
2. Um den internationalen Forschungsstand zu betrachten, wurden auch die englischen Übersetzungen der Suchbegriffe einbezogen. Die Suchbegriffe wurden im Verlauf der Forschungsarbeit ergänzt und dokumentiert, sodass das Vorgehen nachvollziehbar und rekonstruierbar ist (Döring, 2023, S. 162).
3. Die computergestützte Literatursuche wurde in den wissenschaftlichen Datenbanken THMfind und Google Scholar durchgeführt.
4. Da es zum Thema Multisensorik eine große Zahl an wissenschaftlichen Publikationen gibt, wurde die Recherche durch die booleschen Operatoren „AND“ und „OR“ ergänzt, um durch Suchbegriffkombinationen passende Literatur zu finden.
5. Um zu gewährleisten, dass der aktuelle Forschungsstand abgebildet wird, wurde der Untersuchungszeitraum auf 2020 bis 2025 festgelegt.
6. Im nächsten Schritt wurden die Titel der Ergebnisse gesichtet, um fachlich unpassende Resultate herauszufiltern.
7. Anschließend wurden die Abstracts betrachtet, um nicht relevante Publikationen zu identifizieren und so die Ergebnisse weiter zu verfeinern.
8. Im letzten Schritt wurden die Volltexte der Publikationen gesichtet, um eine finale Auswahl zu treffen (Döring, 2023, S. 163 ff.).
9. Mit Hilfe der strukturierten Literaturrecherche konnten 13 relevante wissenschaftliche Quellen identifiziert werden (Abb. 2).



3.2 Desk Research Review

Mithilfe des Desk Research Reviews nach Döring (2023) wurde ein Forschungsüberblick über die aktuellen Möglichkeiten der multisensorischen Inklusion erstellt (Döring, 2023, S. 188 ff.). Hierzu wurde mithilfe der Suchmaschine „Google“ eine breite Recherche betrieben (Döring, 2023, S. 164) und die Suchanfragen dokumentiert. Im ersten Schritt wurde eine grundsätzliche Möglichkeit der multisensorischen Inklusion recherchiert und im Anschluss ein:e konkreter Anbieter:in von einer Dienstleistung oder einem Produkt. Dabei wurde berücksichtigt, inwiefern durch die Dienstleistung oder das Produkt Inklusion, aber auch die allgemeine Besucher:innen-Experience gefördert wird. Es wurden ausschließlich Produkte oder Dienstleistungen recherchiert, die von möglichst vielen Besucher:innen verwendet werden können.

4. Ergebnisse

4.1 Ergebnisse der Literaturanalyse

Die 13 Publikationen wurden thematisch erforscht und vier Kategorien zugeordnet (Abb. 3):

1. *Grundlagen*: Betrachtung theoretischer, neurologischer und psychologischer Hintergründe zur multisensorischen Informationsverarbeitung.
2. *Effekte*: Betrachtung möglicher Wirkungen angewandter Multisensorik auf Rezipient:innen.
3. *Einsatzmöglichkeiten*: Betrachtung der Einsatzmöglichkeiten von Multisensorik im Eventkontext.
4. *Herausforderungen*: Betrachtung möglicher Herausforderungen des Einsatzes von Multisensorik.

Die Ergebnisse zeigen, dass das Thema Multisensorik in Bezug auf die Grundlagen, Wirkungen und Herausforderungen zwar umfassend erforscht ist, die Einsatzmöglichkeiten von Multisensorik auf Events jedoch noch nicht. In lediglich drei der betrachteten 13 Publikationen wird konkret auf den Einsatz von Multisensorik auf Events eingegangen (Altenbeck & Luppold, 2023; Eller et al., 2020; Ronft, 2021b).

Grundlegend beschreibt Multisensorik die un- oder bewusste Verarbeitung von Informationen, die über mind. zwei Sinneskanäle wahrgenommen werden. Die übergreifenden Ziele des Einsatzes von Multisensorik sind die Erzeugung von Aufmerksamkeit, die Verbesserung der Informationsverarbeitung, die Vertiefung eines Erlebnisses oder die Förderung des Erinnerungswertes (Mau et al., 2021a, S. 125; Ronft, 2021a, S. 148; Steiner, 2025, S. 10 ff.). Neben den klassischen Sinnen Sehen, Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen, umfasst die Sinneswahrnehmung auch den Gleichgewichts-, Temperatur-, Druck- und

Berührungssinn sowie die Schmerz- und Körperempfindung (Ronft, 2021a, S. 149; Steiner, 2025, S. 10). Die Aufnahme und Verarbeitung multisensorischer Reize ist ein sehr komplexer neurologischer Prozess. Um ein einheitliches und vollständiges Bild der Umwelt zu erhalten, ist das menschliche Gehirn in der Lage redundante Reize zu kombinieren und ggf. fehlende Informationen einer Sinnesmodalität zu ergänzen. Dieser Vorgang wird als *multisensorische Integration* bezeichnet (Cho, 2021, S. 1; Lindblom, 2023, S. 139; Schulze, 2023, S. 24). Dabei sind Vorerfahrungen und daraus resultierendes Vorwissen von zentraler Relevanz (Mau et al., 2021a, S. 137 f.; 2021b, S. 1 f.).

Neben dem „Multisensory Enhancement“ Effekt (siehe Punkt 2.5) bewirken kongruente multisensorische Reize den „Redundant Signal“ Effekt. Dabei können redundante, also inhaltlich gleiche Sinnesreize, kognitiv einfacher und schneller verarbeitet und die Reaktionszeit dadurch verkürzt werden (Schulze, 2023, S. 71; Skrandies, 2024, S. 4). Sind die Sinnesreize nicht aufeinander abgestimmt, kann dies den/die Rezipient:in negativ beeinflussen, da der kognitive Aufwand für die Informationsverarbeitung steigt (Mau et al., 2021b, S. 516, Ronft, 2021a, S. 156; Sarstedt et al., 2022, S. 54; Steiner, 2025, S. 79 ff.). Durch multisensorische Ansprache können die Bindung und Loyalität ggü. einer Marke erhöht (Lindblom, 2023, S. 199; Steiner, 2025, S. 36) und der Erinnerungswert gesteigert werden (Altenbeck & Luppold, 2023, S. 44; Steiner, 2025, S. 54 f.). Da sich die Sinnesreize gegenseitig beeinflussen, können beim Menschen emotional-psychologische und assoziative Effekte ausgelöst werden. So kann die Beleuchtung z. B. den Geschmackssinn beeinflussen. Zusätzlich trägt die multisensorische Integration von aufgenommenen Sinnesreizen zur Vermeidung von Unsicherheiten bei. Wird ein Objekt ausschließlich visuell wahrgenommen, ist es trotzdem möglich, dass sich der/die Rezipient:in vorstellen kann, wie die haptische Beschaffenheit des Objekts sein könnte (Zheng & Gu, 2024, S. 23 f.). Allgemein kann die Beeinflussung des Verhaltens der Rezipient:innen durch den Einsatz multisensorischer Reize erreicht werden. Dies liegt u. a. an dem sog. „verkörperten Denken“. Dieses Prinzip besagt, dass das menschliche Denken eng mit dem körperlichen Erleben verknüpft ist. Physische Eigenschaften, wie Gewicht oder Härte von Gegenständen, aktivieren mentale Konzepte, auf Grundlage derer Verhaltensweisen ausgelöst und Entscheidungen getroffen werden (Stead, 2020, S. 110).

Im Eventkontext können über kongruente multisensorische Veranstaltungskonzepte bei Besucher:innen der Verstärkungseffekt (Multisensory Enhancement)

Abbildung 3
Ergebnisse der Literaturanalyse

Quelle	Grundlagen	Effekte	Einsatzmöglichkeiten im Eventkontext	Herausforderungen
1. Altenbeck & Luppold (2023)				
2. Cho (2022)				
3. Eller et al. (2020)				
4. Gu & Zeidel (2024)				
5. Lindblom (2023)				
6. Mau et al. (2021b)				
7. Rieger & Müsseler (2024)				
8. Ronft (2021b)				
9. Sarstedt et al. (2022)				
10. Schulze (2023)				
11. Skrandies (2024)				
12. Stead (2020)				
13. Steiner (2025)				

erreicht (Ronft, 2021a, S. 148, 159 f.) und der Erinnerungswert der Veranstaltung gesteigert werden (Altenbeck & Luppold, 2023, S. 44). Die visuelle Wahrnehmung wird auf Veranstaltungen durch Beleuchtung, Farben, Formen, Symbole und die Raumgestaltung beeinflusst (Ernst & Luppold, 2021, S. 495; Ronft, 2021c, S. 202 ff.). Die optische Gestaltung eines Raumes kann den Besucher:innen eine Orientierung geben. Bekannte, einfache und alltägliche Gegenstände können als Bezugspunkte für die Besucher:innen fungieren und deren Verhalten in einem Raum beeinflussen (Ernst & Luppold, 2021, S. 504 f.). Die haptische Wahrnehmung, bestimmt etwa durch Materialbeschaffenheit oder Produktinteraktion, kann bewusst oder unbewusst erfolgen und unterstützt die Verknüpfung mit anderen Inhalten. Über akustische Reize auf Veranstaltungen wie Musik können die Emotionen der Rezipient:innen angesprochen und das Verhalten beeinflusst werden. So kann durch Hintergrundmusik das Lauftempo beeinflusst werden. Auch kann durch Musik die Aufmerksamkeit erzeugt und die Besucher:innen somit aktiviert werden (Rötter & Reinhardt, 2021, S. 253 ff.). Über die olfaktorische Kommunikation können das Erleben von Events und die Erinnerung an diese beeinflusst werden. Außerdem können gezielt eingesetzte Duftstoffe die Aufmerksamkeit von Besucher:innen auf bestimmte Bereiche lenken (Hehn, 2021, S. 231 ff.). Die gustatorische Kommunikation im Eventkontext ist noch nicht intensiv erforscht worden. Allerdings kann ein qualitatives Catering eine gewisse Hochwertigkeit des Events vermitteln (Ronft, 2021a, S. 148; Altenbeck & Luppold, 2023, S. 45). Als besonders prädestiniert für eine multisensorische Umsetzung im Eventkontext gelten Messeauftritte (Ronft, 2021a, S. 148 ff.). Konzerte stellen eine weitere Veranstaltungsart für die multisensorische Ansprache dar. Im Fokus steht hier

der akustische Sinn, der optische wird durch Beleuchtung, das Abspielen von Videos oder den Einsatz von Grafiken und Symbolen angesprochen (Ernst & Luppold, 2021, S. 495; Ronft, 2021c, S. 202 ff.). Bei Konzerten kann Beleuchtung auch als Interaktionsmedium genutzt werden. Das Publikum wird durch das Verwenden von Smartphone-Lichtern aktiviert und involviert. Durch eine multisensorische Umsetzung (z. B. Beschilderungen mit Farbcodes, Videoleinwände, Apps, Flyer oder Einlasskarten mit Informationen zum Verhalten im Notfall, Sicherheitsanweisungen über Lautsprecheranlagen) kann auch die Sicherheit von Veranstaltungen erhöht werden.

Herausforderungen beim Einsatz von Multisensorik ergeben sich aufgrund der Subjektivität von Emotionen und Erlebnissen. Insbesondere die Sinnesempfindungen von Geschmack und Geruch, aber auch die Beurteilung von Musik sind sehr subjektive Empfindungen, für deren Beurteilung es oft keine rationalen Begründungen gibt (Sarstedt et al., 2022, S. 25, 38; Altenbeck & Luppold, 2023, S. 45; Skrandies, 2024, S. 163; Steiner, 2025, S. 71). Des Weiteren stellt die benötigte Kongruenz der Sinnesreize zur Erreichung des „Multisensory Enhancements“ eine Herausforderung dar (Ronft, 2021a, S. 164; Lindblom, 2023, S. 28). „Jeder nicht kongruent mit der zu vermittelnden Botschaft angesprochene Sinneskanal vergeudet damit Kommunikationspotenzial und kann bei einer widersprüchlichen Information sogar negative Auswirkungen auf den Kommunikationserfolg haben.“ (Ronft, 2021a, S. 164). Multisensorik kann zu einer Reizüberflutung führen und dadurch bei Rezipient:innen negative Assoziationen hervorrufen (Mau et al., 2021a, S. 135; 2021b, S. 516; Lindblom, 2023, S. 142; Steiner, 2025, S. 81). Dabei ist nicht die objektive Anzahl der Sinnesreize entscheidend, sondern vielmehr deren Kohärenz (Mau et al., 2021a, S. 139). Es stellt

sich auch die Frage nach der ethischen Beurteilung des gezielten Einsatzes psychologischer Mittel bzw. der Multisensorik. Eine psychologisch optimierte Erlebnisumgebung ist in einigen Kontexten zwar erwünscht, in anderen Kontexten, wie z. B. die Erhöhung der Verweildauer in Ladengeschäften, führt dies jedoch zu einer Diskussion über vermeintliche Kundenmanipulation (Lindblom, 2023, S. 191). Ferner müssen beim internationalen Einsatz von Multisensorik kulturelle, religiöse und historische Unterschiede beachtet werden, da Sinnesreize (z. B. Farben) in verschiedenen Ländern unterschiedliche symbolische Bedeutungen haben können (Sarstedt et al., 2022, S. 48; Steiner, 2025, S. 101).

4.2 Bedürfnisse von Menschen mit verschiedenen Beeinträchtigungen

Menschen mit der Beeinträchtigung oder Verlust eines oder mehrerer Sinne, sind sogar auf eine multisensorische Ansprache, die mind. zwei Sinne betrifft, angewiesen (Eller et al., 2020, S. 4). Bei Sehbeeinträchtigten (z. B. Farbsehschwäche) muss beachtet werden, dass diese die visuellen Informationen nicht oder nur eingeschränkt verarbeiten können. Hierbei erfolgt die Informationsvermittlung dann oft über (ergänzende) Symbole, Bilder oder Piktogramme, höhere Kontraste, größere und einfach lesbare Schriftarten, den haptischen (z. B. Brailleschrift, Leitlinien)

und/oder akustischen Sinn (z. B. Kommunikation der Bildinhalte, Abb. 4). Taktile (z. B. verschiedene Materialien) oder akustische Leitsysteme, gezielter Einsatz von Gerüchen, Beschilderungen und optisch klar strukturierte Räumlichkeiten können die Orientierung unterstützen und dadurch Stress reduzieren. Auditive Reize ermöglichen die Teilhabe an der Gefühlslage. Musik kann nicht nur gehört, sondern auch gespürt werden, da tiefe Töne spürbare Schwingungen freisetzen (Schirp, 2021, S. 298). Über Gerüche können Ängste gelindert, die Konzentrationsfähigkeit gesteigert oder Stimmungen beeinflusst werden. Bei der gustatorischen Ansprache auf Veranstaltungen sollte bedacht werden, dass Menschen mit Beeinträchtigungen ggf. Hilfe beim Essen benötigen. Deshalb sollte auch bei Fingerfood Geschirr bereitgestellt werden, es sollten Strohhalme verfügbar sein und Tische auf angemessener Höhe angeboten werden. Zudem sollte das Geschirr für Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung leicht handhabbar und greifbar sein und es sollte genug Zeit für Essenspausen eingeplant werden (Schirp, 2021, S. 300 f.). Über die taktile Wahrnehmung von Temperaturen oder Texturen können positive Eigenschaften wie Gelassenheit und Entspannung vermittelt werden. Personen mit einer Sehbeeinträchtigung können diese Attribute über den Einsatz verschiedener Materialien erfahren.

Abbildung 4

Übersicht über die Bedürfnisse von Menschen mit verschiedenen Beeinträchtigungen

Mobile Einschränkungen:		
Geh- und Handbehinderungen	- geringe Steigungen - Geländer - Ruheplätze	- geringer Muskelaufwand - leichte Bedienbarkeit - Sitzgelegenheiten
Rollstuhlnutzende Personen	- Behindertenparkplatz - fester Bodenbelag - möglichst keine Stufen	- Rampen - barrierefreies WC - Wendekreise
Menschen mit Hörbehinderungen:	- gute Akustik - wenig Geräusche	- Info in Bild und Text - Induktionsanlage
Gehörlose Menschen:	- Gebärdensprache - visuelle Informationen	- gute Beleuchtung - Blickkontakt (Lippen)
Menschen mit Sehbehinderungen:	- klare Wegstruktur - Geländer - gut lesbare Schrift	- keine Hindernisse - gute Beleuchtung - Audio-Informationen
Blinde Menschen:	- Leitlinien - Aufmerksamkeitsfelder	- Audio-Informationen - taktile Informationen
Menschen mit Lernschwierigkeiten:	- leichte Sprache - Leitsystem (Farben)	- leichte Beschilderung - keine Gefahrenstellen

Quelle: Eller et al., 2020, S. 4

4.3 Ergebnisse des Desk Research Reviews

Es werden Möglichkeiten der multisensorischen Inklusion in Hinsicht auf Seh- und Hörbeeinträchtigungen

betrachtet. Außerdem werden Möglichkeiten aufgezeigt, die primär Inklusion fördern aber zeitgleich auch einen Mehrwert für jede:n Besucher:in darstellen.

- Kopfhörer für Audiodeskription und für besseres Sprachverständnis

Mehrkanalige Kopfhörer (z. B. ein Kanal für Audio-deskription für Sehbeeinträchtigte und ein Kanal für die Audioübertragung für Hörbeeinträchtigte) können für Musik-Events, Konferenzen, Führungen, Fitnessprogramme, Lehrveranstaltungen und Silent Cinema erworben oder ausgeliehen werden. Für Menschen mit einer verminderten Hörfähigkeit kann über die Kopfhörer die Lautstärke der Musik oder des Gesprochenen verstärkt und Störgeräusche gleichzeitig vermindert werden. Die allgemeine Besucher:innen-Experience kann durch die individuelle auditive Ansprache, so dass nur eine einzige Audioquelle wahrgenommen wird, die exakt zur Darbietung passt, verbessert werden. Die Kopfhörer bieten die Möglichkeit auditive Reize zielgerichtet den Nutzer:innen zu vermitteln und so einer Reizüberflutung entgegenzuwirken. Ein Beispiel dafür stellen die Kopfhörer HR Z-PRO 50X von *Kopfhörer Events Deutschland* dar.

- Taktile Leit- und Orientierungssysteme

Bodenleitsysteme, taktile Türschilder und Handläufe, Markierungen von Treppen- und Treppenstufen, Indoor-Navigation und tastbare Lagepläne sowie Übersichtstafeln sind besonders hilfreich für Besucher:innen von Veranstaltungen mit Sinnesbeeinträchtigungen. Auf großflächigen und taktilen Lageplänen und Übersichtstafeln können einzelne Gebäude- oder Geländeabschnitte durch kontrastreiche Farben und unterschiedliche Texturen voneinander abgegrenzt werden. Die Lagepläne und Übersichtstafeln können von allen Besucher:innen zur Orientierung auf dem Veranstaltungsgelände genutzt werden. Wichtig ist zu beachten, dass die Pläne in einer Höhe sind, in der auch Rollstuhlfahrer:innen die Informationen ohne Probleme aufnehmen können. Ein Anbieter solcher taktilen Systeme ist *Signways*.

- Deaf Performance – Gebärdensprache als Kunstform

Deaf Performance ist eine Art der Gebärdensprache, mit der nicht nur die gesungenen Songinhalte übersetzt werden, sondern auch das, was der/die Künstler:in mit dem Song ausdrücken möchte. Sprache, Musik und Bewegung (Tanz) werden in einer Performance verbunden, sodass auch Personen mit Hörbeeinträchtigungen den Rhythmus, den Ausdruck und die Energie des/der Künstler:in verstehen können. Deaf Performances sprechen den visuellen Sinn an und dienen primär der Übersetzung von Musikstücken für Hörbeeinträchtigte. Sie können auch Besucher:innen eines Konzertes, die keine Hörbeeinträchtigung haben, emotional berühren. Über diese Kunstform

kann Musik auf eine neue visuelle Art und Weise erlebbar gemacht werden, die die meisten Besucher:innen wahrscheinlich noch nicht erfahren haben. Eine Anbieterin von Deaf Performances für Live-Formate und Musikvideos ist *Cindy Klink*.

- Vibrationswesten

Westen und dazugehörige Handgelenk- und Knöchelbänder mit der Technologie, den Schall durch Vibration auf die Haut zu übertragen, ermöglichen es, Live-Musik in Echtzeit durch Vibrationen zu spüren. Die Westen sind kabellos und batteriebetrieben. Es gibt keine wahrnehmbaren Latenzen zwischen dem Audiosignal und dem haptischen Signal. Für Menschen mit Seh- und Hörbeeinträchtigungen stellt dieses System eine Möglichkeit dar, eine primär akustisch wahrnehmbare Musikdarbietung auch haptisch zu erleben. Durch die haptischen Reize, die kongruent zum optischen und akustischen Reiz sind, kann eine intensivere Experience auch bei allen anderen Besucher:innen erzeugt werden. Ein:e Anbieter:in von solchen Westen ist *Not Impossible Labs*.

5. Diskussion

5.1 Kritische Würdigung der Ergebnisse

Die vorgestellten Möglichkeiten der inklusiven multisensorischen Ansprache von Besucher:innen auf Veranstaltungen berücksichtigen lediglich visuelle und auditive Sinnesbeeinträchtigungen. Diese Formen der Sinnesbeeinträchtigung wurden ausgewählt, weil Veranstaltungen i. d. R. primär den visuellen und auditiven Sinn ansprechen. Fehlen diese Sinnesreize, kann die Besucher:innen-Experience enorm darunter leiden. In der zukünftigen Forschung sind weitere Sinnesbeeinträchtigungen zu untersuchen.

Die Thematik der multisensorischen Inklusion ist auf den Austausch zwischen Betroffenen und Veranstalter:innen angewiesen. Der dargestellte Forschungsstand und die identifizierten Möglichkeiten der multisensorischen Inklusion sind um die Perspektive der Menschen mit Beeinträchtigung zu erweitern. Denn nur durch die Einbindung von Betroffenen können praxisnahe und wirksame Lösungen entwickelt und praktisch umgesetzt werden.

5.2 Handlungsempfehlungen

Allgemein gilt für alle Formen von Events, dass eine Experience geschaffen werden soll. Eine Experience entsteht dann, wenn über den gesamten Erlebniszeitraum permanent die richtigen Reize zur richtigen Zeit an den richtigen Stellen so platziert sind, dass sie auch unterschwellig wahrgenommen werden und sie

auf die Zielerreichung des Events hinwirken (Laube, 2021, S. 927). Dabei sollten erst der zu vermittelnde Inhalt, der Zweck und die Botschaft eines Events festgelegt und auf Grundlage dessen eine Dramaturgie entwickelt werden (Altenbeck & Luppold, 2023, S. 29).

Der im Anhang vorzufindende Katalog beinhaltet sowohl allgemeine wichtige Maßnahmen für den Einsatz von Multisensorik zur Förderung der Besucher:innen-Experience als auch Maßnahmen für die multisensorische Inklusion für Veranstalter:innen.

6. Fazit

Multisensorische Inklusion bietet die Möglichkeit durch die bewusste und kongruente Integration multisensorischer Elemente Veranstaltungen inklusiver zu gestalten. Der Einsatz multisensorischer Elemente kann Barrieren reduzieren, die durch den Verlust oder die Beeinträchtigung eines oder mehrerer Sinne entstehen. Eine multisensorische Ansprache ist für Menschen mit Sinnesbeeinträchtigung teilweise sogar notwendig, um die Veranstaltungsinhalte vollumfänglich wahrnehmen oder sicherheitsrelevante Informationen aufnehmen zu können. Zudem können das Erlebnis und der Erinnerungswert für alle Besucher:innen maßgeblich gesteigert werden. Durch inklusive multisensorische Elemente kann das „Multisensory Enhancement“ bei allen Besucher:innen erreicht werden. „Denn von inklusiver, barrierearmer und -freier Kommunikation profitieren letztendlich alle Beteiligten - nicht nur die, die darauf angewiesen sind“ (Schirp, 2021, S. 288).

Die Umsetzung von Barrierefreiheit und inklusiven Angeboten ist nicht nur Empfehlung, sondern gesetzliche Verpflichtung. In Zeiten, in denen soziale Nachhaltigkeit und Inklusion verstärkt im Fokus stehen, sind multisensorische und barrierefreie Erlebnisse ein Schritt weiter zu einer gerechteren, lebendigeren Eventkultur.

7. Literaturverzeichnis

Altenbeck, D. & Luppold, S. (2023). *Inszenierung und Dramaturgie für gelungene Events*, 2. Auflage, Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Antidiskriminierungsstelle des Bundes (2024). 3. Was ist Inklusion?, https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/faqs/DE/behinderung/03_was_ist_inklusion.html

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2021). *Dritter Teilhabebericht der Bundesregierung über die Lebenslagen von Menschen mit Beeinträchtigungen (Gesamtbericht)*, Stand: 04/2021, <https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/>

[DE/Publikationen/a125-21-teilhabebericht.pdf?__blob=publicationFile&v=7](https://www.bmas.de/SharedDocs/Publikationen/a125-21-teilhabebericht.pdf?__blob=publicationFile&v=7)

Bundesvereinigung Lebenshilfe e. V. (2025). *Die richtige Bezeichnung: Behinderung, Beeinträchtigung oder Handicap?*, <https://www.lebenshilfe.de/ueber-uns/bezeichnung-behinderung>

Cho, J.-D. (2021). Multi-Sensory Interaction for Blind and Visually Impaired People. In Cho, J.-D. (Hrsg.). *Multi-Sensory Interaction for Blind and Visually Impaired People* (S. 1-9), Basel: MDPI.

Deutsches Institut für Menschenrechte (2012). *Was ist Inklusion? - 16 persönliche Antworten*, Stand: 12/2012, https://www.institut-fuer-menschenrechte.de/fileadmin/migrated/tx_commerce/Was_ist_Inklusion_16_persoeliche_Antworten.pdf

destatis – Statistisches Bundesamt (2024). *7,9 Millionen schwerbehinderte Menschen leben in Deutschland*, Pressemitteilung Nr. 281 vom 19.07.2024, https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Behinderte-Menschen/_inhalt.html

DGHNO – Deutsche Gesellschaft für Hals-Nasen-Ohren-Heilkunde (2023). *Leitlinienreport. Riech- und Schmeckstörungen*, AWMF-Register-Nr. 017/050, Klasse S2k, https://register.awmf.org/assets/guidelines/017-050I_S2k_Riech-und-Schmeckst%C3%B6rungen_2023-09.pdf

Döring, N. (2023). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*, 6. Auflage, Berlin: Springer Nature.

Eller, R., Geser, G., Nigg, J., Peters, M. & Plaikner, A. (2020). *Multisensorische Zeichen für Barrierefreiheit und Sicherheit von Freizeit- und Tourismusangeboten – Kurzfassung*. Universität Innsbruck, Salzburg Research.

Ernst, N. & Luppold, S. (2021). Raumwirkung in Eventlocations. Atmosphärische Bestandteile in Eventlocations und deren Einfluss auf die Zielerreichung bei Events, In Ronft, S. (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 493-512), Springer.

Eysel, U. (2010). Sehen und Augenbewegungen, In Schmidt, R. F., Lang, F. & Heckmann, M. (Hrsg.), *Physiologie des Menschen mit Pathophysiologie*, 31. Aufl. (S. 345-385), Springer Medizin Verlag.

Frings, S. & Müller, F. (2019). *Biologie der Sinne. Vom Molekül zur Wahrnehmung*, 2. Auflage, Springer.

GCB – German Convention Bureau e. V. (2019). *Teilnehmer-Experience als Schlüssel zum Erfolg*,

<https://www.gcb.de/de/germany-meetings-magazin/meetings-handson/teilnehmer-experience-als-schluesel-zum-erfolg>

- Gu, Y. & Zaidel, A. (2024) (Hrsg.). *Advances of Multisensory Integration in the Brain*, Singapore: Springer Nature.
- Hatt, H. (2010). Geschmack und Geruch, In Schmidt, R. F., Lang, F. & Heckmann, M. (Hrsg.). *Physiologie des Menschen mit Pathophysiologie*, 31. Auflage (S. 386-400), Springer Medizin Verlag.
- Hehn, P. (2021). Olfaktorische Kommunikation bei Events, In Ronft, S. (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiel* (S. 231-251), Springer.
- Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauß, B., Moser, R. & Zeller, M. (2005). *Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen*, 3. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Verlag.
- Karnath, H.-O., Goldenberg, G. & Ziegler, W. (2022). *Klinische Neuropsychologie - Kognitive Neurologie*, 2. Auflage, Thieme Verlag.
- KOFA – Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, Aktion Mensch (2024). *Steckbrief Körperbehinderung*, Stand 19.11.2024, https://www.kofa.de/media/Publikationen/Steckbriefe/KOFA_Aktion_Mensch_Steckbrief_Koerperbehinderung.pdf
- Kreutzer, R. T. (2022). *Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen - Instrumente – Fallbeispiele*, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag.
- Laube, A. (2021). Experience Guide für die Live-Kommunikation, In Ronft, S. (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 925-932), Springer.
- Lindblom, A. (2023). *Sensory Marketing in Retail. An Introduction to the Multisensory Nature of Retail Stores*, Cham: Springer Nature Switzerland.
- Lindstrom, M. (2019). Making Sense: Die Macht des multisensorischen Brandings, In Häusel, H.-G. (Hrsg.). *Neuromarketing. Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf*, 4. Auf. (S. 155-166), Hanser.
- Linxweiler, R. (2004). *Marken-Design. Marken entwickeln, Markenstrategien erfolgreich umsetzen*, 2. Auflage, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH.
- Mau, G., Schweizer, M. & Fleischer, A. (2021a). Synthese: Multisensorik – Wahrnehmung mit allen Sinnen, In Mau, G., Schweizer, M. & Oriet, C. (Hrsg.). *Multisensorik im stationären Handel* (S. 135-141), Springer.
- Mau, G., Schweizer, M. & Oriet, C. (2021b) (Hrsg.). *Multisensorik im stationären Handel*, Springer.
- Müller, C. A. & Renner, B. (2022). *Riech- und Schmeckstörungen richtig behandeln*, facultas.
- Nölke, S. V. & Gierke, C. (2011). *Das 1x1 des multisensorischen Marketings: multisensorisches Branding: Marketing mit allen Sinnen; umfassend, unwiderstehlich, unvergesslich, comevis*.
- Oscars (2022). *94th Oscars Red Carpet Portrait Studio*, <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/94th-oscars-red-carpet-portrait-studio-partner-ship-people-magazine-entertainment>
- Regenbogen, A. & Meyer, U. (2005). *Wörterbuch der philosophischen Grundbegriffe*, Hamburg.
- Rieger, M. & Müsseler, J. (2024) (Hrsg.). *Allgemeine Psychologie*, Springer.
- Ronft, S. (2021a). Multisensuale Live-Kommunikation. Die multisensorische Wahrnehmung und Codierung von Botschaften bei Messen und Events, In Ronft, S. (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 147-168), Springer.
- Ronft, S. (2021b) (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele*, Springer.
- Ronft, S. (2021c). Visuelle Kommunikation bei Veranstaltungen. Beleuchtung und Farben als psychologische Wirkungsdeterminanten bei Messen und Events, In Ronft, S. (Hrsg.), *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 201-230), Springer.
- Rötter, G. & Reinhardt, J. (2021). Musikpsychologische Grundlagen der Funktionalen Musik, In Ronft, S. (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 253-266), Springer.
- Sarstedt, M., Imschloss, M. & Adler, S. (2022). *Multisensorisches Design von Verkaufsumgebungen. Sehen, Hören, Riechen*, Springer.
- Schulze, M. (2023). *Multisensory Integration in adults with Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder*, Dissertation, Universität Bielefeld.
- Schirp, J. (2021). Multisensory Enhancement für und bei inklusiven Veranstaltungen. Wie viele Sinne braucht barrierefreie Kommunikation? In Ronft, S.

- (Hrsg.). *Eventpsychologie. Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele* (S. 287-311), Springer.
- Skrandies, W. (2024). *Geschmack und Geruch. Faszinierende Sinne – Funktion, Psychologie, Philosophie, Literatur, Alltag*, Berlin: Springer Verlag.
- Stead, S. (2020). *The Power of Senses: Unraveling Multisensory Customer Service Experiences*, Dissertation, Maastricht University, School of Business and Economics.
- Steiner, P. (2025). *Quick Guide multisensorisches Marketing. Wie Sie mit allen Sinnen Ihre Marke stärken*, 2. Auflage, Springer Fachmedien.
- Treede, R.-D. (2010). Das somatosensorische System, In Schmidt, R. F., Lang, F. & Heckmann, M. (Hrsg.). *Physiologie des Menschen mit Pathophysiologie*, 31. Auflage (S. 273-297), Springer.
- vbe – Verband Bildung und Erziehung (2025). *Inklusion 2025*, <https://www.vbe.de/service/meinungs-umfragen/inklusion-2025>
- Weinberg, P. (1992). *Erlebnismarketing*. München: Vahlen Verlag.
- WHO – World Health Organization (2019). *Intellectual Disability*, https://applications.emro.who.int/docs/EMRPUB_leaflet_2019_mnh_221_en.pdf
- WHO – World Health Organization (2021). *World Report on Hearing*, <https://www.who.int/publications/i/item/9789240020481>
- Woche des Sehens (2025). *Sehen und Sehverlust in Deutschland*, https://www.woche-des-sehens.de/fileadmin/Redaktion/Materialien/2024/Sehen_und_Sehverlust_in_Dtl_barrierefrei_sRGB.pdf
- Zenner, H.-P. (2010). Die Kommunikation des Menschen: Hören und Sprechen, In Schmidt, R. F., Lang, F. & Heckmann, M. (Hrsg.). *Physiologie des Menschen mit Pathophysiologie*, 31. Auflage (S. 315-335), Springer Medizin Verlag.
- Zheng, Q.; Gu, Y. (2024). From Multisensory Integration to Multisensory Decision-Making. In Gu, Y. & Zaidel, A. (Hrsg.). *Advances of Multisensory Integration in the Brain* (S. 23-35), Singapore: Springer Nature.

Anhang

Maßnahmenkatalog für Veranstalter:innen zur Förderung der Besucher:innen-Experience und der Inklusion

Maßnahme		Erläuterung
allgemein	Botschaft und Dramaturgie	<ul style="list-style-type: none"> Zweck, Inhalt und die Botschaft der Veranstaltung sind im Vorfeld klar zu definieren Auf der Grundlage des Inhaltes ist die Dramaturgie zu entwickeln
	Kongruente Konzeptgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> Über die verschiedenen Sinne vermittelten Informationen müssen aufeinander abgestimmt sein (Multisensory Enhancement)
	Vermeidung der Reizüberflutung	<ul style="list-style-type: none"> Sensorische Reize sollten klar strukturiert sein, sodass Besucher:innen erkennen, welche Reize zu welchem Objekt oder Bereich gehören
	Multisensorisch gestaltete Sicherheitskonzepte	<ul style="list-style-type: none"> Errichtung möglichst kongruenter visueller (Farbcodes, klare Beschilderungen, Informationsmaterial), auditiver (Durchsagen) und bestenfalls taktiler (z. B. über die Vibrationsweste) Hinweise
	Kulturelle und ethische Aspekte	<ul style="list-style-type: none"> Aufgrund unterschiedlicher kultureller Konnotation der Sinnesreize, ist die multisensorische Ansprache stets ethisch zu reflektieren
zur Förderung der Inklusion	Einbezug der Betroffenen	<ul style="list-style-type: none"> Das Veranstaltungskonzept sollte von Anfang an und stets unter Berücksichtigung der Bedürfnisse von Menschen mit verschiedenen Beeinträchtigungen erstellt werden
	Barrierearme visuelle Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Einsatz kontrastreicher Farben, lesbarer Schriftgrößen und einfacher Schriftarten Ergänzung um Symbole, Bilder oder Piktogramme
	Unterstützung der Orientierung	<ul style="list-style-type: none"> Durch visuell klare Strukturen, ergänzende taktile Elemente (z. B. tastbare Lagepläne, Übersichtstafeln und Leitsysteme auf dem Boden oder an Handläufen) sowie auditive Anweisungen oder wegweisende Geräusche die Orientierung für jede:n Besucher:in erleichtern
	Angebot auditiver Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Angebot (z. B. Verleih) mehrkanaliger und individuell einstellbarer Audiosysteme (z. B. Lautstärke) zur Audiodeskription von visuell orientierten Inhalten Gezielte und störungsfreie Vermittlung von Audioerlebnissen
	Einsatz von Haptik	<ul style="list-style-type: none"> Informationen durch Einsatz von unterschiedlichen Materialien und Texturen (z. B. bei Mobilbar oder Exponaten) vermitteln Einsatz von Vibrationswesten, um Musik auf haptischer Ebene zu erfahren
	Weiterentwicklung der genormten Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> DIN 18040 Standards für die Barrierefreiheit von öffentlich zugänglichen Gebäuden um multisensorische Elemente ergänzen