

**5. G·E·M Forum:  
Wie Marken sich anfühlen.  
Impulse aus der Haptik-Forschung für die Markenführung**

Dienstag, 13. November 2012, Universität Leipzig

## **Ausgewählte Literatur zum Thema „Haptik“**

Zusammenstellung: Wolfgang K.A. Disch

Grunwald, Martin:  
**Haptische Reizverarbeitung und EEG-Veränderungen**  
Dissertation, Universität Jena 1998  
298 Blatt

Grunwald, Dr. Martin:  
**Psychophysiologische und klinisch-neuropsychologische Aspekte  
der haptischen Wahrnehmung**  
Habil.-Schrift, Universität Jena 2004  
184 Blatt

-----

Grunwald, Dr. Martin und Beyer, Prof. Dr. Lothar (Hrsg.):  
**Der bewegte Sinn.  
Grundlagen und Anwendungen zur haptischen Wahrnehmung**  
Birkhäuser Verlag, Basel 2001, 281 Seiten  
ISBN 3-764-36516-1

Grunwald, Dr. Martin (Hrsg.):  
**Human haptic perception: basics and applications**  
Birkhäuser Verlag, Basel-Boston-Berlin 2008  
675 Seiten  
ISBN 978-3-764-37611-6

-----  
Grunwald, Dr. Martin:

**Haptik-Design in der Markenkommunikation**

In: Multisensuale Markenkommunikation: Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen. Hrsg.: Karsten Kilian und Christiane Springer.

Gabler Verlag, Wiesbaden 2013

Grunwald, Dr. Martin:

**Haptik: Der handgreiflich-körperliche Zugang des Menschen zur Welt**

**und zu sich selbst**

In: Werkzeug – Denkzeug. Hrsg.: Thomas H. Schmitz und Hannah Groninger. Transcript Verlag, November 2012 (im Druck)

[http://haptiklabor.uni-leipzig.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/GrunwaldHaptik.pdf](http://haptiklabor.uni-leipzig.de/fileadmin/user_upload/pdf/GrunwaldHaptik.pdf)

Grunwald, Dr. Martin:

**Der Mensch ist ein haptisches Wesen**

In: Haptica, Werbung konkret. Das Magazin für den erfolgreichen Einsatz von Werbeartikeln, Interview vom 15.08.2011

<http://www.id-werbemittel.de/userdata/7266/files/haptischeswesekompl.pdf>

Grunwald, Dr. Martin:

**Der homo hapticus**

In: www.dasGehirn.info, Interview vom 21.07.2011

<http://dasgehirn.info/wahrnehmen/fuehlen-koerper/der-homo-hapticus/>

Grunwald, Dr. Martin:

**Haptic Pad's: Eine neue Methode zur Messung und zum Training haptischer Wahrnehmungsleistungen**

In: Manuelle Medizin, 2010, Heft 6, Seiten 474-476

<http://haptiklabor.uni-leipzig.de/fileadmin/wrfileupload/mm2010.pdf>

Grunwald, Dr. Martin:

**“Fühlen Sie mal” - Warum der Tastsinn ein wichtiger Bestandteil des integrierten multisensorischen Brandings ist**

Interview von Karsten Klepper, Managing Partner bei RED Branding, am 16. November 2009, CORPORATE SENSES, Institut für integrierte multisensorische Markenbildung, Krailling/München

<http://corporate-senses.com/de/interview-haptischesbranding.html>

Grunwald, Dr. Martin:

## **Der Tastsinn im Griff der Technikwissenschaften?**

### **Herausforderungen und Grenzen aktueller Haptikforschung**

LEIBNIZ-INSTITUT für interdisziplinäre Studien e.V. (LIFIS), 09.01.2009, 20 Seiten

[http://www.leibniz-institut.de/archiv/grunwald\\_martin\\_09\\_01\\_09.pdf](http://www.leibniz-institut.de/archiv/grunwald_martin_09_01_09.pdf)

Grunwald, Dr. Martin:

### **Gefühlte Welten. Die Erforschung des Tastsinns steckt noch in den Kinderschuhen**

In: Gehirn und Geist, 2004, Heft 3, Seiten 18-23

[http://haptiklabor.uni-leipzig.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/pop111.pdf](http://haptiklabor.uni-leipzig.de/fileadmin/user_upload/pdf/pop111.pdf)

Katz, Prof. Dr. David:

### **Der Aufbau der Tastwelt**

Verlag von Johann Ambrosius Barth, Leipzig 1925, 131 Seiten

Download des Buches:

[http://www.vordenker.de/dkatz/dkatz\\_tastwelt\\_vd.pdf](http://www.vordenker.de/dkatz/dkatz_tastwelt_vd.pdf)

Kilian, Prof. Dr. Karsten:

### **Spürbare Markenkommunikation, die sich gut anfühlt und uns beeindruckt**

Gastbeitrag: Markenhaptik

In: media spectrum, Wiesbaden, 2012, Heft 6/7, Seiten 26-29

[http://www.markenlexikon.com/texte/ms\\_kilian\\_spuerbare-markenkommunikation\\_6-7\\_2012.pdf](http://www.markenlexikon.com/texte/ms_kilian_spuerbare-markenkommunikation_6-7_2012.pdf)

Maier, Liesa:

### **»coporate haptic«.**

Wert, Entwicklung und Einsatz haptischer Kommunikationskonzepte

GRIN Verlag, München 2010, 136 Seiten

Meyer, Dr. Susanna:

### **Produkthaptik.**

**Messung, Gestaltung und Wirkung aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht**

DUV Gabler, Wiesbaden 2001, 233 Seiten

Meyer, Dr. Susanna:

### **Haptisches Produktdesign.**

#### **Die fühlbare Marke**

In: absatzwirtschaft, 1999, Heft 2, Seiten 88-93

Nickel, Oliver:

**Der Einsatz haptischer innerer Bilder – ein konzeptioneller Beitrag zur Verbesserung der Messe-Kommunikation der Mercedes-Benz AG**

Unveröffentlichtes Forschungspapier, Institut für Konsum- und Verhaltensforschung, Universität des Saarlandes, Saarbücken, Juni 1994

Nickel, Dr. Oliver:

**Haptische Reize in der Kommunikation**

In: Handbuch Kommunikation.

Hrsg. v. Manfred Bruhn, Franz-Rudolf Esch und Tobias Langner

Gabler, Wiesbaden 2008, Seiten 793-818

Salvenmoser, Carmen:

**Haptische Markenkommunikation.**

**Chancen zur Differenzierung durch multisensuale Kundenansprache**

VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2008, 90 Seiten

ISBN 3-836-46595-7

Schmitz, Karl-Werner:

**Haptisches Verkaufen.**

**Kaufen ist be-greifen**

Redline Wirtschaft, Frankfurt 2004, 216 Seiten

ISBN 3-636-03026-4

G·E·M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V.  
Unter den Linden 42  
10117 Berlin

Tel.: 0 30 / 20 61 68-0  
Fax: 0 30 / 20 61 68-777  
eMail: [info@gem-online.de](mailto:info@gem-online.de)  
[www.gem-online.de](http://www.gem-online.de)