



Kreativität „probieren“. Elke Schlimbach (kommunika) und Reiner Fischer (Villino) stehen Rede und Antwort zu ihrem neuen Produkt.

Wie sich Führungskräfte kreativ kochen

„Kreative Prozesse lassen sich systematisch fördern. Dies über Kreativitätstechniken und Kochen zu tun, ist nicht nur geschmacklich reizvoll, sondern auch besonders wirkungsvoll!“ Davon sind die Inhaber der Agentur kommunika und die Fischers vom Feinschmecker-Hotel Villino überzeugt. Beide Unternehmen haben ihren Sitz in Lindau und sich zu einer ungewöhnlichen Kooperation zusammen geschlossen: Sie betten das Erlernen von Kreativitätstechniken in das Wirkungsfeld des vielfach ausgezeichneten Spitzenkochs Reiner Fischer ein. Über 3 Tage erleben 10-12 Führungskräfte praktisch in der Küche die (Weiter-) Entwicklung ihres individuellen kreativen Könnens.

■ *Sie bezeichnen Ihr gemeinsames Produkt als „Koch-Incentive“? Welche grundsätzliche Idee verbirgt sich hinter dieser Bezeichnung?*

Schlimbach: Unsere grundsätzliche Idee ist, zu vermitteln, dass Kreativität und Innovationskraft sich systematisch steigern lassen. Praktisch nach dem Edison-Prinzip, des Erfinders der Glühbirne. Sein formuliertes Ziel war es, alle zehn Tage eine kleine Erfindung zu planen und alle sechs Monate eine große Sache zu erfinden. Das hat er systematisch verfolgt - und tatsächlich auch erzielt. Und das wollen wir auch für unsere Kunden erreichen.

Fischer: Mit der Verbindung von Kreativität und Kochen wollen wir Teams und Unternehmen im wahrsten Sinne des Wortes auf den Geschmack im Umgang mit Kreativität bringen. Ganz konkret: Wir wollen Kreativitätstechniken vermitteln und über aktives Kochen ausprobieren und anwenden. Dabei erhalten die Teilnehmer - neben einem Einblick in die wichtigsten Kreativitätstechniken - ganz automatisch auch spannende Einblicke in die Kunst des Kochens.

Ihre Zielgruppe sind in erster Linie Führungskräfte. Warum?

Schlimbach: Weil Führungskräfte den strategischen Auftrag ihres Unternehmens haben, ihre Teams und Mitarbeiter zu hervorragenden Leistungen zu führen, um damit den unternehmerischen Erfolg zu sichern. Kreativität und kreatives Denken bilden eine wichtige Grundlage für solche Leistungen. Wer, wenn nicht die Führungskräfte, sollte den Rahmen für beides schaffen.

Fischer: Dazu kommt aber sicher, dass wir uns im oberen Preissegment bewegen. Die Teilnehmer sind ja auch für 2,5 Tage Gäste in unserem Haus - und das Villino ist ein exquisites Hotel. Mit herrlichem Garten, Terrasse,

Wellness-Oase, mit individuell eingerichteten Zimmern, einem stilvollen Restaurant und einer mehrfach ausgezeichneten Küche. Das ist schon ein Stück Luxus für Menschen, die das Außergewöhnliche - und eben das Kreative lieben.

Spielt dieses stilvolle Ambiente bei dem Thema „Kreativität“ denn eine besondere Rolle?

Schlimbach: In jedem Fall. Ein entsprechendes Ambiente und einen entsprechenden Partner zu finden war für uns bei der Entwicklung des Koch-Incentives ganz zentral. Kreatives Denken hat sehr viel mit dem Einsatz aller Sinne zu tun. Es geht nicht einfach ums Lernen. Es geht um das Lernen mit allen 5 Sinnen - also dem Sehen, Hören, Fühlen, Riechen und Schmecken. Auf diese Form der Kommunikation haben wir uns mit kommunika spezialisiert, weil sie eine besonders nachhaltige Erinnerung schafft. Das Villino und die Fischers bilden aus unserer Sicht den perfekten Rahmen, damit die Inhalte, die wir im Sinne unserer Kunden vermitteln, auch wirklich „hängen“ bleiben.

Fischer: Ohne die Wechselwirkung der Sinne kämen wir gar nicht aus. Wir bezeichnen unsere Küche sogar als „Küche der Sinne“. Dabei geht es nicht nur um Zutaten und Produkte vom Feinsten, sondern eben auch um Liebe zum Detail und eine Spur mehr Fürsorge für unsere Gäste. Alles zusammen ist unser kreatives Produkt.

Was genau passiert in diesen 3 Tagen?

Fischer: Die Gäste erleben, dass Kochen eine Mischung aus Können, Erfahrung und einem großen Teil Intuition ist.... Schlimbach: ... und um die die Intuition zu beflügeln, lernen sie verschiedene Kreativitätstechniken kennen und anwenden. Sie lernen, dass Analyse und Vorbereitung extrem

wichtig sind, damit wir überhaupt auf unsere Intuition Zugriff nehmen können.

Fischer: Wie in der Küche: Ohne perfekte Vorbereitung keine perfekte Kreation! Das ist eine konkrete Erfahrung, die unsere Teilnehmer machen. Genau wie die Erfahrung, dass Kreativität sich schwer tut ohne Offenheit und Mut zum „Falsch-“, aber eben auch zum „Besermachen“.

Nutzen Sie denn Kreativitätstechniken zum Kochen, Herr Fischer?

Fischer: Das habe ich mich auch gefragt, als wir die ersten Male zusammen saßen. Ja, ich benutze sie - aber ich war mir dessen nicht bewusst.

Schlimbach: Kreativitätstechniken sind ja auch kein künstliches Konstrukt. Sie sind „abgeschaut“ von Menschen, die einfach besonders kreativ sind. Dazu gehört Reiner Fischer zweifellos. Ich übrigens auch, und deshalb kann ich auch bestätigen, dass Kreativitätstechniken letztlich nicht anderes möglich machen, als so „um die Ecke zu denken“, wie kreative Menschen es von ganz alleine tun. Sie ermutigen dazu, kontrolliert aus dem Rahmen zu fallen. es

Kontakt:

kommunika GmbH

Agentur für Erlebnis-Kommunikation
Elke Schlimbach und Norbert Christokat
www.kommunika.de · info@kommunika.de
Fon +49 (0) 8382-277695-0

Hotel - Restaurant VILLINO

Sonja und Reiner Fischer
www.villino.de · info@villino.de
Fon +49 (0) 8382-9345-0