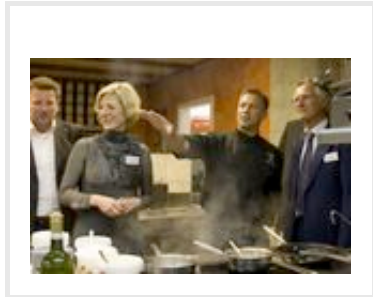


KOMMUNIKA

Wie Manager mehr Raum für Kreativität schaffen können

Lindau, 10.06.10

Ein neues Workshop-Konzept von kommunika in Lindau soll Führungskräfte für neue Denkmuster und mehr Kreativität sensibilisieren. Auch der Besuch eines Sternekochs steht auf dem Programm der Workshops, die ab Oktober stattfinden.



Die Lindauer Agentur kommunika hat mit „brainsense“ ein Workshop-Konzept für Führungskräfte entwickelt, das kreative Prozesse systematisch anstößt. „Das menschliche Gehirn speichert Wissen und Erfahrungen und bildet daraus Denkmuster, die unser Handeln bestimmen“, erläutert Elke Schlimbach, Geschäftsführerin der kommunika GmbH. „Neues kann aber nur entstehen, wenn wir diese Denkmuster verlassen. Wenn wir kreativ sein wollen, etwa um innovative Produkte, Strategien oder Prozesse zu entwickeln, müssen wir unser Gehirn überlisten.“

Sinnliche Reize sind der Schlüssel zur Kreativität

Um zu vermitteln, wie das funktioniert, hat kommunika vier so genannte brainsense-Incentives konzipiert. brainsense wendet sich an Unternehmer, Manager und Führungskräfte von mittelständischen Unternehmen, Organisationen und Konzernen. Die ersten Workshops starten im Oktober. In jeweils ein- bis dreitägigen Workshops arbeiten sich zehn bis zwölf Teilnehmer in Theorie und Praxis durch die verschiedenen Phasen eines kreativen Prozesses. Ziel der Workshops ist, Produktentwicklungs-, Visions- oder Strategieprozesse in Gang zu setzen und Raum für Kreativität zu schaffen.

Von der Denkweise eines Sternekochs lernen

Bei dem Incentive „brainfood“ führt der Weg zunächst in die Küche – und über Anreize für Gaumen, Nase und Augen zum kreativen Prozess. kommunika kooperiert dabei mit Sternekoch Reiner Fischer, Inhaber und Küchenchef des Relais & Chateaux Hotels Villino in Lindau. Die Idee: von seiner ungewöhnlichen Denkweise lernen. „Kreativ zu kochen bedeutet für mich, auszuprobieren, Unerwartetes zu kombinieren und bis zur Perfektion zu treiben“ erklärt Sternekoch Fischer.

Verschiedene Denkanstöße

Neben "brainfood" bietet kommunika drei weitere brainsense-Incentives an, die jeweils andere sinnliche Wahrnehmungsmuster ansprechen. „brainpaint“ spielt mit dem haptisch-visuellen Erleben, also sehen und anfassen. „brainmove“ nutzt die körperliche und geistige Bewegung für den Anstoß kreativer Prozesse, und bei „braintalk“ werden Stimme, Sprache und Körpersprache die Hauptrolle spielen.

Mehr Informationen finden Sie unter www.kommunika.de.

Über kommunika:

Die kommunika GmbH ist eine Agentur für Erlebnis-Kommunikation und unterstützt Unternehmen dabei, ihre Inhalte für die interne und externe Kommunikation als Erlebnis zu inszenieren. kommunika wurde 1998 von Elke Schlimbach in Lindau gegründet. Seit 2006 ist Norbert Christokat Mitinhaber und Geschäftsführer. Zu den Kunden zählen LG und viele europäische Unternehmen wie Henkel, Mercedes Benz, die Deutsche Telekom, Handtmann oder Hochland Deutschland.