



„30 Prozent kreativer in absoluter Lichtlosigkeit“

Seit vielen Jahren setzt der Kölner Strategieberater Michael Lück einen Teil seiner Kunden mit Absicht in die absolute Dunkelheit. Warum? „80 Prozent der Wahrnehmung erfolgt über die Augen, damit aber auch 80 Prozent der Täuschung“, ist sich der Experte sicher. **Seite 46**

MARKTÜBERSICHT

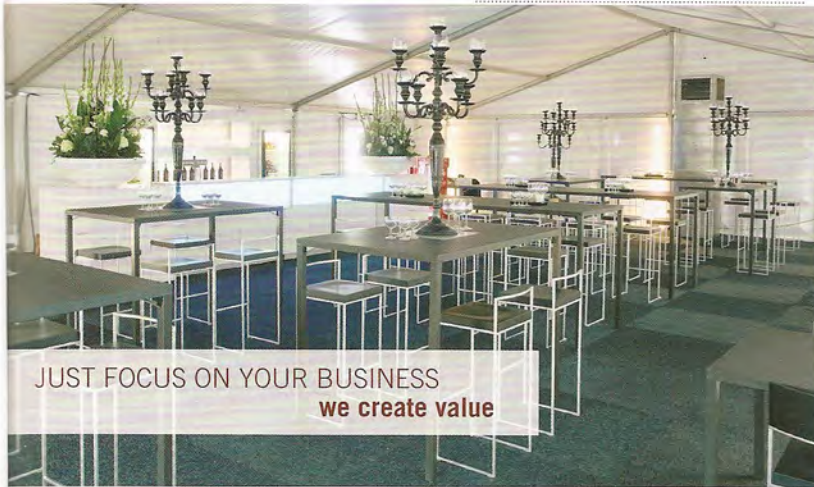
Thema: Mietmöbel und
Eventausstattungen **30**

MESSE

Elke Clausen: Ihr Messe-
auftritt – ein magischer
Moment **36**
Corporate Fashion –
nicht am falschen Ende
sparen **38**
Location Rhein-Main:
ein Rückblick **40**

TAGUNGEN & KONGRESSE

„Kamingespräch“ der
Dualen Hochschule Ba-
den-Württemberg **42**
„Marketing & Innovation
Forum Europe“ **43**
Neue Multifunktions-
halle für das Messezent-
rum Salzburg **44**
Tagungsland Nordrhein-
Westfalen **45**
30 Prozent kreativer in
absoluter Lichtlosigkeit **46**
Green-Globe-Zertifizie-
rung für die Max-Schme-
ling-Halle **47**



Sind Sie auf der Suche nach exklusivem, hochwertigem Event-Equipment?

Die Party Rent Group bietet Ihnen innovative, qualitativ hochwertige Produkte. Dabei ist unser Qualitätsanspruch an das Equipment hoch. Wir setzen auf Markenartikel von Top-Herstellern. Ästhetik und Haptik überzeugen und zudem die Funktionalität und Robustheit für den täglichen Einsatz im Catering- und Eventbereich besitzen. Dank unseres speziell entwickelten Transportsystems wird ein schonender Umgang mit dem Equipment garantiert, so dass ein dauerhafter Top-Zustand gewährleistet wird.

Hochwertiges und exklusives Equipment kann man mieten. Überzeugen Sie sich selbst bei partyrent.com und besuchen Sie uns auf der **Best of Events 2013**.

Sie finden uns in **Halle 4** auf dem Stand **C02**.

- www.facebook.com/partyrentgroup
- www.twitter.com/partyrentgroup
- www.youtube.com/partyrentgroup
- www.linkedin.com/company/980359
- www.xing.com/companies/partyrentgroup


partyrent.com
we create atmosphere

30 Prozent kreativer in absoluter Lichtlosigkeit

Seit vielen Jahren setzt der Kölner Strategieberater Michael Lück einen Teil seiner Kunden mit Absicht in die absolute Dunkelheit. Warum? „80 Prozent der Wahrnehmung erfolgt über die Augen, damit aber auch 80 Prozent der Täuschungen“ ist sich der Experte sicher. Und wer sich hat täuschen lassen, entscheidet sich in der Regel nicht für den richtigen Zulieferer, den optimalen Marktauftritt, den idealen Bewerber. „Fehlentscheidungen kosten viel Geld“, so Lück. Und jeder Geschäftsführer weiß, dass eine Fehlbesetzung im Management nicht nur Gehalt und Personalberater kosten, sondern auch zu einem großen Zeitverlust am Markt führen.

Dass der oft stundenlange Aufenthalt in Lichtlosigkeit kreativer macht, fiel Berater Lück in vielen Vier-Augen-Gesprächen mit Geschäftsführern sowie Vertriebs- und Marketingleitern eher zufällig auf. Um seine Eindrücke wissenschaftlich zu belegen, beauftragte er Anfang des Jahres Prof. Dr. Hartmut Müller von der TU Dortmund (Lehrstuhl Marketing) mit einer empirischen Studie. „Wir waren selbst überrascht, wie eindeutig das Ergebnis ist“, so Profes-



Prof. Dr. Hartmut Holz Müller (TU Dortmund) und Michael Lück (Lichtlos) (v.l.n.r.)

sor Holz Müller rund acht Monate später. „Mit einer fast 30 Prozent höheren Kreativität haben wir nicht gerechnet!“.

Kreativer und abenteuerlustiger

74 Unternehmer, Führungskräfte und Studenten nahmen an der Studie teil und mussten innerhalb von 70 bis 100 Minuten die gleichen Aufgaben lösen – eine Gruppe im Rahmen einer normalen Tageslicht-Situation im Konferenzraum, die Vergleichsgruppe in absoluter Lichtlosigkeit.

Die Ergebnisse:

1. Die Anzahl generierter Ideen pro Aufgabe ist in lichtlosen Workshops um fast 30 Prozent höher als in hellen.
2. Die Qualität generierter Ideen ist in lichtlosen Workshops um fast 15

Prozent höher als in hellen.

3. Nach Teilnahme an einem dunklen Workshop sind die Teilnehmer deutlich entspannter als nach einem hellen.
4. Teilnehmer an einem lichtlosen Workshop beurteilen sich nach diesem als deutlich „abenteuerlustiger“.
5. Teilnehmer an einem lichtlosen Workshop stimmten deutlich häufiger zu, dass der Workshop etwas Neues und neuartige Erfahrungen geboten hat.

„Immer mehr Unternehmen nutzen die absolute Dunkelheit für Vertrieb und Marketing“, weiß Lück, der seit 2005 mit seinem Lichtlos-Konzept

auf Fachmessen unterwegs ist. „Ob Euroshop oder E-World, ob Marketing-Services oder Drupa – fast immer geht es darum, dem Messebesucher mit fast allen Sinnen ‚Qualität erfahrbar‘ zu machen.“

„Dunkelheit allein löst keine unternehmerischen Probleme“ räumt der Kölner Berater ein, der in diesen Tagen über 100 Top-Kunden eines führenden Dekor-Herstellers täglich in die absolute Dunkelheit entführt. „Aber der Aufenthalt in absoluter Lichtlosigkeit, im Rahmen von Strategieprozessen, der Bewerberauswahl oder Teamentwicklung, sensibilisiert die Entscheider für Nuancen und Zwischentöne, die unter Umständen über Erfolg und Misserfolg entscheiden, aber im üblichen Verfahren leicht unter den Tisch fallen.“