



## 22. KLEINWALSERTALER DIALOGE

Phantasie ist wichtiger als Wissen, denn Wissen ist begrenzt!

Exakt 270 Besucher kamen am 1. April zu den 22. Kleinwalsertaler Dialogen ins Walserhaus nach Hirschegg. Das Thema der Dialoge war diesmal: »Phantasie ist wichtiger als Wissen, denn Wissen ist begrenzt.« Rund 38% der Besucher kamen aus dem Kleinwalsertal und rund 1/3 der Teilnehmer war das erste Mal bei der Veranstaltung.

Die Dialoge konnten mit interessanten Referenten aufwarten:

- Alistair Thomson, Creative Director bei der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann, die einige der effektivsten Kampagnen im deutschsprachigen Raum durchführt.
- Andrea Händler, DIE österreichische Kabarettistin, die während der letzten 30 Jahre das getan hat, was sie am besten kann: das Publikum auf Trips in ihren irrwitzigen Alltag führen
- Mag. Stefan Isser Geschäftsführer der Swarovski Tourism Services GmbH – der Kristallwelten in Wattens, die die Phantasie zum Leben erwachen lassen



### Was bleibt nach der Veranstaltung hängen?

»Ich bin ein bezahlter Phantast« sagt er über sich selbst. Bei der Phantasie verhält es sich anders als bei Wicki, der sich unter der Nase reibt und »ich hab's« ruft. Vielmehr braucht es laut Alistair Thomson dazu ein Problem. Probleme sind sozusagen der Motor der Phantasie. Dazu passt auch ein weiteres Zitat von Albert Einstein: »Wenn ich 1 Stunde Zeit hätte, ein Problem zu lösen, von dem mein Leben abhängt, dann würde ich: 40 Minuten damit verbringen, das Problem zu untersuchen, 15 Minuten damit verbringen, die Untersuchung nochmals zu prüfen und 5 Minuten damit verbringen, das Problem zu lösen.«

Desto dramatischer das Problem ist, desto größer wird dann die Phantasie sein. Es stellt sich daher für Alistair Thomson die Frage, wie man die großen Probleme findet. Dies ist einfach: offen und tabulos das Unternehmen beleuchten. Dabei ist wichtig, dass Phantasie keine Benchmarks kennt. Ein paar Grundregeln helfen dabei. So ist es wichtig, im Prozess den anderen ausreden zu lassen, denn Phantasien sind wie Träume. Die dürfen auch nicht unterbrochen werden. Helfen können dabei auch ein paar Fragen: Was denkt der Konsument wirklich von der Marke? Was ärgert den Konsumenten am Produkt? Welche Möglichkeiten kann das Produkt oder die Marke eröffnen? Was läuft in der Sparte/am Markt falsch?

Bei der Phantasie verhält es sich nach Alistair Thomson wie bei folgender Formel:  $1+1=2$ . Die Bestandteile der Lösung sind alle vorhanden – es geht nur um neue Verknüpfungen. Wichtig sei im gesamten Prozess aber eines: man muss offen sein, denn Phantasie ist wie eine kleine Pflanze. Was es wird sieht man erst am Ende.

Alistair Thomson  
»Phantasie braucht ein Problem«



Andrea Händler  
»Phantasie braucht Zeit«

Für Andrea Händler ist Phantasie ein technischer Prozess. Am Anfang steht für sie immer ein loser Gedankenaustausch mit ihrer Regisseurin. Wichtige Grundregel ist dabei: Man muss alles sagen! Dieses Gespräch nimmt sie auf Tonband auf. Beim gesamten Prozess gilt zudem – man muss Zeit haben und das Ganze entstehen lassen. Frauen haben für Andrea Händler auch mehr Phantasie als Männer, da Phantasie über Jahrhunderte wie eine Schutzfunktion für Frauen war. Sie war sozusagen ein Hilfsmittel, um aus dem Alltag zu fliehen. Männer brauchten das nicht, da sie ihren Weg nach eigenem Willen gehen konnten. Daher stellen sich – so Andrea Händler – Männer weniger oft die Frage »was wäre wenn ...«.

Was in der heutigen Zeit erschwerend dazu kommt, ist die Tatsache, dass sich oftmals die Phantasie gar nicht entwickeln kann. So reduziert - nach Meinung von Andrea Händler - die Schule die Phantasie, da sie den Kindern nicht mehr die Zeit lässt, die Phantasie zu spinnen. Und was macht Andrea Händler, wenn sie die Phantasie anregen möchte? Dann spielt sie Activity. Denn da muss man Dinge machen, die man sonst sicher nicht macht. Abschließend hält Andrea Händler fest, dass Phantasie nicht lebensnotwendig ist. Es macht das Leben aber schöner und leichter.



Stefan Isser  
»Phantasie ist harte Arbeit«

Für Stefan Isser gilt der Grundsatz von Pipi Landstrumpf: »Ich mach die Welt, so wie sie mir gefällt« – alles ohne Grenzen und Normen. Beim gesamten Produkt der Swarovski Kristallwelten ist es kennzeichnend, die Kunden am Point of Experience und nicht am Point of Sale abzuholen.

Die Swarovski Kristallwelten stellen eine Verschmelzung von Tourismus, Industrie, Kunst und Entertainment dar. Diese muss zugleich stetig phantasievoll aufgebaut und weiterentwickelt werden. Die Entstehung und die Weiterentwicklung stellen dabei einen intensiven Prozess dar. Wesentlich dabei: man muss alles in Frage stellen und es darf dabei keine Tabus geben! Die für den Kunden erzeugte Phantasie ergibt sich aus der Summe der künstlerischen und der individuellen Phantasie. Um die künstlerische Phantasie entstehen zu lassen, erhält diese die »card blanche« – also keinerlei Vorgaben. Und die individuelle Phantasie? Auch diese entsteht durch Freiraum. Die Swarovski Kristallwelten sagen dem Kunden nicht, wo er staunen soll.

Stefan Isser geht aber auch der Frage nach, wodurch sich die Phantasie zu rechnen beginnt. Dies wird zum einen durch Kooperation mit den Künstlern und zum anderen mit perfekten Systemen und Prozessen im Hintergrund erreicht. Unentbehrlich sind aber auch die permanente Erneuerung und das Hinterfragen der Phantasien.